



UNIVERSIDADE FEDERAL RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

**REPRESENTAÇÃO E IMAGEM:
O *INSTAGRAM* COMO FERRAMENTA DE PRODUÇÃO
DE NOVOS SENTIDOS**

VICTOR DO VALE TERRA

RIO DE JANEIRO

2017



UNIVERSIDADE FEDERAL RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

REPRESENTAÇÃO E IMAGEM:
O *INSTAGRAM* COMO FERRAMENTA DE PRODUÇÃO
DE NOVOS SENTIDOS

Monografia submetida à Banca de Graduação como requisito para
obtenção do diploma de Comunicação Social – Jornalismo.

VICTOR DO VALE TERRA

Orientador: Prof. Dr. Marcio Tavares D'Amaral

Coorientadora: Profa. Ma. Janine Justen

RIO DE JANEIRO

2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Representação e imagem: o *Instagram* como ferramenta de produção de novos sentidos**, elaborada por Victor do Vale Terra.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Marcio Tavares D'Amaral
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ
Departamento de Comunicação – UFRJ

Coorientadora: Prof^a. M^a. Janine Justen
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ
Departamento de Comunicação

Prof^a. Dr^a. Marta de Araújo Pinheiro
Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Dr. Mauricio Lisovsky
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

RIO DE JANEIRO

2017

FICHA CATALOGRÁFICA

TERRA, Victor do Vale.

Representação e imagem: o *Instagram* como ferramenta de produção de novos sentidos. / Victor do Vale Terra. – Rio de Janeiro, 2017.
96 f.

Trabalho de conclusão de curso – Monografia (Graduação em Comunicação Social / Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientador: Marcio Tavares D'Amaral
Coorientadora: Janine Justen

TERRA, Victor do Valle. **Representação e imagem: o *Instagram* como ferramenta de produção de novos sentidos.** Orientador: Marcio Tavares D'Amaral; Coorientadora: Janine Justen. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo compreender o paradigma de representação na contemporaneidade a partir da perspectiva das imagens. Se debruça sobre três grandes momentos da filosofia ocidental: Idade Clássica, Idade Moderna e Idade Contemporânea a fim de explorar relações, constâncias e rupturas existentes entre ser humano, imagem e representação. Partindo da hipótese de uma crise de representação generalizada no contemporâneo, entendemos a imagem como o elemento central dessas articulações e, para isso, tomamos a rede social *Instagram* como um fenômeno sintomático. Observando a estetização cotidiana e a exposição das intimidades, dinâmicas comuns dessa plataforma, a pesquisa evidencia noções de consumo, controle e espetáculo presentes no universo virtual da *web* e do ciberespaço, mediados por imagens em fluxo. Saindo da razão e chegando ao sensível, o percurso constata um novo modelo de comunicação emergente, baseado no afeto, no vínculo e no compartilhamento; um paradigma baseado em estratégias sensíveis de interação e socialização no qual todos são produtores, consumidores e espectadores simultaneamente. Num momento de esgotamento e esvaziamento das metanarrativas, o *Instagram* aparece como abertura, lugar para a construção de novos sentidos e re-apresentação dos sujeitos e da realidade que os cerca.

PALAVRAS-CHAVE: representação; imagem; crise; *Instagram*; estratégias sensíveis

As seguintes páginas são dedicadas à nossa juventude. Àqueles que, em breve, assumirão os rumos das ideias e projetos para o futuro. A nós, jovens, responsáveis, mais do que nunca, por construir novos discursos e relações na direção de um mundo mais amoroso e tolerante.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais e maiores professores, Marize e Cesar, pela vida, pelo convívio e pelos valores. Pelas conversas sempre proveitosas e modificadoras. Por tudo que é ser pai e mãe.

Ao meu irmão e maior amigo, Leonardo, que é juventude: inquieta e questionadora; curiosa e potente. Companheiro e confessor de infinitas reflexões ao longo da pesquisa.

À minha avó Ilza, incentivadora e sempre presente nas etapas decisivas de minha caminhada acadêmica, profissional e de vida.

À Rhanna, minha companheira e maior parceira ao longo de todo o processo de pesquisa e produção deste trabalho. Obrigado pelo apoio incondicional, pelas críticas, sugestões e por acreditar tanto em mim. Obrigado pela força e pela coragem, que aprendo todo dia com você.

Aos meus orientadores, Marcio e Janine, para mim grandes referências dentro e fora da academia. Obrigado pelo contato e pela oportunidade de trabalharmos juntos. Agradeço pelos ensinamentos no modo de pensar a comunicação. Pelo apoio às ideias e por uma orientação tão cuidadosa.

À Escola de Comunicação da UFRJ, por ter sido minha casa nesses pouco mais de quatro anos e pelas oportunidades que nesse espaço encontrei para me transformar em um ser humano melhor.

Aos meus amigos de curso, sala e agora de vida, Gabriel, Beatriz, Cecília, Roberto e Isabella pelas parcerias, conversas, sugestões, críticas, contribuições e, especialmente, pelo convívio ao longo da escrita do presente trabalho e de todo o curso.

À querida professora e amiga Patricia, por abrir meus olhos para as imagens, de modo crítico, curioso e permanentemente inquieto.

Ao meu chefe Jean pelo cuidado e pelas oportunidades sempre dadas. Pela confiança e pela preocupação com minha preparação enquanto profissional de comunicação.

“Alguém escreve para tratar de responder às perguntas que lhe zumbem na cabeça, moscas tenazes que perturbam o sono, e o que alguém escreve logra um sentido coletivo quando de algum modo coincide com a necessidade social da resposta”.

(Eduardo Galeano)

SUMÁRIO

1. Introdução	11
2. <i>Instagram</i>: um universo de imagens em fluxo.....	17
2.1. <i>Instagram Stories</i> : o cotidiano e o efêmero em cena.....	23
2.2. Representação, virtualidade e deslocamento. Afinal, onde está o sujeito?.....	25
2.3. Investigação do tema.....	28
3. Paradigmas e representações.....	32
3.1. Platão: ideia, imagem e representação	33
3.1.1. Alegoria da Caverna.....	34
3.1.2 Representação e imagem.....	37
3.2. Foucault: discursos e uma nova perspectiva de representação	39
3.2.1. Sujeito e discurso	44
3.2.2. A representação em “ <i>Las Meninas</i> ”	46
3.3. Baudrillard: representações e simulacros	51
3.3.1. Da representação à simulação	52
4. Imagens, <i>Instagram</i> e novas possibilidades de representação	57
4.1. Virtual, web e afetos: a vida na mídia	57
4.2. A relação entre sujeito e imagem no contemporâneo	63
4.3 <i>Instagram</i> : lugar da imagem e de novas possibilidades	68
4.3.1. Percorrendo o espaço	69
4.3.2. Novos usos e novos sentidos para a ferramenta de imagens.....	77
4.4. Perspectiva promissora	80
5. Considerações Finais	84
6. Referências Bibliográficas	

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	19
Figura 2	30
Figura 3	30
Figura 4	47
Figura 5	74
Figura 6	75
Figura 7	76
Figura 8	81
Figura 9	82

1. Introdução

Antes de definir um tema a ser pesquisado, muitas questões me rodearam a cabeça. O interesse por história, sociologia, filosofia e por sua confluência com a comunicação me levou a procurar uma temática que me permitisse, ainda que pontualmente, aplicar tais perspectivas de modo simultâneo e constituir assim uma discussão interdisciplinar. Minha preocupação sempre foi o isolamento das áreas do conhecimento, que muitas das vezes resultam em debates unilaterais, simplistas e, por vezes, perigosos.

Lidar com as rupturas, contradições e descontinuidades do homem sempre foi o que mais me fascinou nas ciências humanas. Vem daí o seu valor. E como comunicador, isto é, aquele que por essência se propõe a estabelecer o contato, o espaço em comum, a integração e a produção de novos sentidos, me enxergo no dever e, mais do que isso, com o desejo de promover, ainda que de modo breve, questionamentos sobre nosso tempo e nossas vidas. Sobre os modelos que construímos e pelos quais simultaneamente somos afetados.

É a relação entre o ser humano e seu ambiente social, de convívio e existência que fundamentalmente me interessa. Por que somos o que somos? De que modo isso se deu? O que podemos constatar? O que podemos projetar para o futuro? Onde está o homem? Onde está o sentido?

Pensar o homem em sua condição de sujeito pressupõe, entre tantas possibilidades, pensar as suas condições de representação. Pensar seus paradigmas, seus modelos, técnicas e ferramentas de comunicação, interação e sociabilidade.

O presente trabalho é fruto de um olhar inquieto de um jovem diante das configurações atuais, em específico sobre a relação entre os homens, as representações e as imagens. Inquietação que se inicia olhando para o contemporâneo, e recorre a perspectivas passadas para especular sobre o futuro, entendendo que é sempre e, necessariamente, sob essas três referências que está articulado o ser humano.

Inserido nas redes e no universo virtual, me percebo e questiono quanto às funções e sentidos das práticas e fenômenos como a superexposição das intimidades através de imagens ou a estetização cotidiana; o consumo desenfreado não só de produtos materiais, mas de ideias, identidades e padrões. Há algum tempo comecei a refletir mais

direcionadamente sobre o uso excessivo das redes sociais por nós na contemporaneidade. Lógicas das quais participamos, na maioria das vezes sem refletir a respeito, desconsiderando as motivações implícitas no processo, agindo de modo automático. É essa a motivação inicial para desenvolver as páginas que se seguem.

Mexer e desvendar o que talvez ainda não tenha sido percebido nas novas formas de comunicar e produzir sentido. Fenômenos que põem em questão um paradigma de comunicação baseado na relação bidirecional entre emissor e receptor, calcada no real e na verdade. Um momento de mudanças profundas, que ressalta entre dúvidas e convicções a forte hipótese de que vivenciamos uma crise em termos globais. Uma crise generalizada que envolve economia, política, tecnologia e capital. Lideranças, governos, sistemas e modelos estão abalados, perderam legitimidade e força.

Essa pesquisa é, em suma, um esforço teórico para tentar expor e debater, a partir de uma visão crítica, a questão da representação na contemporaneidade, considerando o contexto de um declínio e uma renovação paradigmática - de mudanças profundas nas lógicas de comunicação e consumo - e de que passam a ser operadas no âmbito das redes e do virtual.

O que temos, em última instância, é uma crise do sujeito e de suas identidades, pondo valores e referências em xeque. Que envolve os ícones, imagens e representações. É nessa perspectiva que se manifesta. Na esfera das verdades, dos fundamentos, do real e dos sentidos.

Pretendemos investigar o status da representação no momento atual. Qual sua importância, papel e lugar. Como se manifesta e se de fato ainda existe. Muito possivelmente, desde que nos entendemos seres humanos, sentimos a necessidade de representar e produzir sentido. Somos essencialmente seres que representam e o fazemos de diferentes maneiras. Refletindo sobre tais questões, percebi que as imagens têm importância central nas relações, vínculos e comunicação entre nós, humanos, tanto no passado quanto no presente.

Desse modo, reconhecemos a imagem como exemplo substancial da representação em nossos tempos. Somos forjados por imagens, moldados por elas, tanto quanto seguidores de imagens. Estamos nas imagens, somos imagens. Vivemos a *Era das Imagens*.

Considerando o interesse pelas relações e construções de identidade e subjetividade na contemporaneidade e junto a isso a problemática das imagens, conseguimos então encontrar um fenômeno que integra os dois universos: a estetização cotidiana através de redes sociais. E já que o interesse era observar as imagens, decidi por analisar a rede social voltada especificamente para o fenômeno visual: o *Instagram*.

O *Instagram* surge nesse sentido, não como objeto de pesquisa, mas como elemento sintomático e ilustrativo do que se quer mostrar a partir de uma discussão fundamentalmente teórica sobre representações imagéticas. As redes sociais e, de modo específico, o *Instagram*, são os novos espaços onde o sujeito contemporâneo representa, esvazia e descontextualiza, consome, mas também produz novos sentidos, significa e ressignifica elementos, constrói, destrói e reconstrói discursos. Tudo isso através das imagens.

Apoiada no passado da história e da filosofia ocidental, a pesquisa se esforça para encontrar não explicações para nossos tempos, mas hipóteses. Não está em jogo responder em definitivo as inquietações e angústias que nos afligem e que, por isso, nos movem adiante. O que nos interessa é buscar nas rupturas e contradições paradigmáticas de outros tempos, pistas e passos que nos fizeram chegar no lugar onde hoje o homem se encontra.

Já não absolutamente um lugar, mas agora um entre-lugar (JUSTEN, 2016). Um espaço entre o real e o virtual no qual nos perdemos e nos encontramos simultaneamente. Onde produz e é produzido. Onde é produto e consumidor. Onde é agente e paciente. Caminha, corre, tropeça, simula, se constrói e produz novos sentidos. Novas relações, novos modos de ver e ser visto. Uma outra forma de representação que talvez ainda possa ser chamada de representação.

Enxergamos na temática a oportunidade ideal para debater um tema recente e ainda pouco discutido. Daí a relevância da pesquisa. Acreditamos ser justamente essa sua razão fundamental: contribuir com uma problemática absolutamente atual da crise de representação, que atinge a todos, buscando não apenas evidenciar suas razões, mas propondo novas alternativas, caminhos possíveis num cenário por vezes descrito com tanto pessimismo e descrença.

Há duas hipóteses centrais nesta investigação. A primeira de que vivemos uma crise paradigmática, na qual os modelos de comunicação estão ultrapassados e já não dão conta

de responder às complexidades dos sujeitos contemporâneos, em profunda transformação e reconstrução, fragmentados e em constante mutação.

A segunda hipótese é a de que as redes assumem papel central no surgimento de novos modelos de representação e produção de sentido. O *Instagram* surge então como um novo espaço; ferramenta promissora; *abertura* para a criação de novos padrões de relação, sociabilidade e construção de identidade e sentido. Isto porque concentra em si três pilares protagonistas dos tempos atuais: as imagens, o virtual e os afetos.

A pesquisa é de cunho teórico e não se propõe fazer um estudo de caso. Optamos pela revisão bibliográfica como metodologia e buscamos, na própria rede, perfis exemplares que melhor abarcassem nossas questões: seremos nós, hoje, agentes passivos na maximização da cultura do espetáculo, narcisos publicizados e alienados ou é preciso, ainda, resguardar lugar para o pensamento que, cada vez mais próxima de um universo simulado, encontra lugar para se reinventar?

Para compreender o paradigma de representação e uma potencial crise da qual suspeitamos estar ocorrendo, retornamos a paradigmas anteriores que julgamos serem relevantes na discussão de modelos de representação. Voltar em outros modelos de representação para entender o momento atual pós-moderno sem perder de vista a nossa hipótese central: uma remagicização do mundo pelas imagens, como diria Flusser (2009), em ferramentas virtualizadas de potencial narrativo transformador - o *Instagram* como abertura em tempos de crise de representação e falência de referencialidades.

Assim, o trabalho se estrutura em três capítulos. No primeiro, iremos entender em detalhes a ferramenta *Instagram*, incluindo sua criação, funcionamento técnico, crescimento e popularização nos últimos anos, como a segunda rede social mais utilizada no planeta. Mostraremos o sucesso da estetização cotidiana, exibido nas telas, a partir de imagens efêmeras e em fluxo, em especial com a ferramenta de “modo história”, o *Instagram Stories*.

Preparamos o terreno para dar início a uma fundamentação teórica, definindo como ponto de partida um cenário composto pela globalização, tecno-ciência, virtualidade e eficácia (AMARAL, 2010). Nessa parte inicial, o texto propõe ainda uma localização do sujeito contemporâneo que, deslocando-se vertiginosamente no virtual, parece estar sem rumo, possivelmente em crise.

No segundo capítulo, vamos percorrer em ordem cronológica a teoria de alguns dos filósofos que pensaram a representação ao longo da história ocidental. A partir da leitura e interpretação das obras de Platão, Foucault e Baudrillard, versando sobre os paradigmas clássico, moderno e pós-moderno, respectivamente, buscaremos primeiro compreender as diferenças, semelhanças e influências de um modelo no outro e, em segundo, embasar e municiar o leitor para a discussão do terceiro capítulo.

Começaremos por Platão (1949) e sua "Alegoria da Caverna" para entender a concepção da representação enquanto mediação entre inteligível e sensível da Idade Clássica. Logo após, estudaremos Michel Foucault (2000) e sua análise do quadro *Las Meninas*, de Velázquez (1656). Nele, vamos discutir a noção de representação e discurso. Por último, abordaremos a teoria pós-moderna com Jean Baudrillard (1991), segundo as noções de simulação e eficácia.

No terceiro e último capítulo, apresentaremos uma leitura do panorama contemporâneo, levando em conta as lógicas sociais culturais e tecnológicas na qual se insere o sujeito. Debateremos a relação entre imagem, sujeito e *Instagram*, trazendo à tona este último sob duas perspectivas: 1) percorrendo seu espaço, observando situações reais e ilustrativas de usos e hábitos presentes entre os usuários dessa plataforma; 2) selecionando pontualmente perfis capazes de ilustrar os fenômenos descritos e tornando a análise ainda mais nítida e consistente. Mais do que um meio de comunicação ou compartilhamento de informações e imagens, o *Instagram* se configura como seu próprio fim; um lugar onde são construídos novos sentidos.

Justamente a partir de tal percepção, vamos propor pensar o *Instagram* como ferramenta de *abertura*, apresentando argumentos que sustentem essa rede social não só como ferramenta de esvaziamento e consumo dos sujeitos, mas como instrumento que, em meio à crise de metanarrativas, surge para o homem como alternativa na produção de sentido. Um universo que funda novos modelos de relação, novas ordens discursivas e novas lógicas de poder, baseadas em estratégias sensíveis, não mais fincadas no racional, mas no eficaz, nos sentidos e nas sensações.

O *Instagram* apresenta desse modo seu potencial libertador e criativo, empoderador e político, capaz de dar visibilidade e repercussão a novas vozes, novos personagens, grupos e discursos, alternativos às estruturas vigentes. De que modo, pois, as imagens

podem operar essas mudanças? Onde se encontra o sujeito em meio a tudo isso e qual a sua relação com as imagens? Afinal, para onde estamos caminhando?

2. *Instagram*: um universo de imagens em fluxo

As redes sociais ocupam de modo profundo a vida do homem contemporâneo. Plataformas de relacionamento e interação, além de um espaço de informação, constituem um ambiente de construção de identidades e representações. A *web* se configura como umas das esferas sociais na qual está presente o sujeito, ainda que, talvez, em sua última morada, virtualmente. Nunca o virtual esteve tão próximo do real, em termos de importância para o homem. Ser estar e atuar na *web* é tão ou já mais valioso do que fazer o mesmo na vida real. Ainda que aparentemente radical, passa a ser plausível considerar: não estar conectado às redes já significa estar, em larga medida, “fora do mundo”.

Em 2015¹, cerca de 2,2 bilhões de pessoas (29% da população da Terra) conectaram-se às redes sociais, o que significa que 31% dos habitantes do planeta estão fazendo parte desse sistema de espaços sociais virtuais como *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*. No mesmo ano, 3,2 bilhões de pessoas estavam conectadas à *web*². Combinados, os números apontam que 68% dos que acessam a internet, também acessam as redes sociais, deixando evidente a centralidade que tais espaços assumem na construção subjetiva e, principalmente, social de indivíduos do século XXI³.

Neste sentido, navegando por esses espaços, entre os diversos conteúdos veiculados, uma categoria e uma plataforma chamam a atenção: o *Instagram* e as imagens. Especificamente as imagens categorizadas como técnicas, isto é: imagens produzidas por aparelhos (FLUSSER, 1985, p. 13).

Num fluxo constante e cada vez mais acelerado, as imagens técnicas dominam *feeds* e *timelines*⁴ e apontam, de forma sintomática, para novas relações existentes entre homem, imagem e representação na sociedade contemporânea.

¹ 2 Billion People Using Social Media. Disponível em:

<<https://www.mediapost.com/publications/article/247138/two-billion-people-using-social-media.html>>
Acesso em: 03 de mar de 2017.

² Mundo tem 3,2 bilhões de pessoas conectadas à internet, diz UIT. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/05/mundo-tem-32-bilhoes-de-pessoas-conectadas-internet-diz-uit.html>> Acesso em: 03 de mar de 2017

³ Em 2019, estima-se que o número de pessoas nas redes sociais chegará a 2,7 bilhões (84% dos usuários da *web*). Planeta já tem dois bilhões de pessoas usando redes sociais. Disponível em:

<<http://idgnow.com.br/internet/2015/04/06/planeta-ja-tem-dois-bilhoes-de-pessoas-usando-redes-sociais/>>
Acesso em 04 de mar de 2017.

⁴ Do inglês: *Feed*: alimentar; *timeline*: linha do tempo. Ambos os termos dizem respeito ao modelo de apresentação de conteúdo, presente em todas as grandes redes sociais. Constantemente alimentadas e

O *Instagram* é a principal plataforma de publicação, exposição e compartilhamento de imagens (fotos e vídeos) da atualidade. Com o segundo maior crescimento entre as redes sociais, atrás apenas do *Facebook*, que tem 1 bilhão de usuários por dia – e 1,6 bilhão de usuários mensais⁵ –, o *Instagram* conta com 300 milhões de usuários diários, o que nos leva a concluir que a cada dez usuários do *Facebook*, cerca de três possuem conta no *Instagram*.

Criado em 2010 pelos engenheiros de *software*, o norte-americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, o aplicativo foi um dos primeiros a ser projetado como rede social destinada exclusivamente para *smartphones*.

Apaixonados por fotografia, os amigos desejavam proporcionar uma nova experiência estética através dos celulares. Apesar da evolução das câmeras dos aparelhos ser gradativa, as imagens capturadas, ainda apresentavam baixa qualidade, mas já apareciam como elemento de destaque: a autoria era a principal marca das fotos produzidas com celulares. A ideia, então, era usar o aplicativo para transformar fotos amadoras em registros quase profissionais, disponibilizando gratuitamente filtros digitais que seriam aplicados sobre as fotografias. Entre os efeitos estão: manipulação das cores, envelhecimento da imagem, texturas, aumento e redução da luminosidade.

O funcionamento do *Instagram*, conjugando captura através da câmera do celular, aplicação de filtros e a possibilidade de publicação imediata da imagem, é inspirado nas *Polaroides*, câmeras fotográficas populares nos anos 1990, cujos produtos revelavam-se no instante em que a imagem era capturada. Com o *Instagram*, a ideia é, para além do imediatismo e da autonomia no tratamento das imagens, possibilitar que uma foto possa ser compartilhada de uma só vez em outras redes sociais, otimizando a produção, a exibição do conteúdo e a interação dos usuários.

No início, voltado exclusivamente para a fotografia, o *Instagram* já possui hoje recursos de edição, vídeo, mensagem e localização, seguindo a tendência geral das redes sociais, ao incorporar ferramentas originárias de outras plataformas ao seu funcionamento. É o caso das *hashtags* do *Twitter*, o *feed* do *Facebook*, as mensagens diretas do *WhatsApp*,

atualizadas, as páginas podem ser roladas no eixo vertical, como linhas do tempo, nas quais o conteúdo mais recente vigora sempre na parte superior da tela.

⁵ *Facebook* atinge marca de 1 bilhão de usuários todos os dias. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/facebook-atinge-marca-de1-bilhao-de-usuarios-todos-os-dias.html>>. Acesso em: 03 de abr de 2017.

e, recentemente, o “modo história”, originário do *Snapchat*, e batizado pelo *Instagram* como *Instagram Stories*. Para interagir, o usuário pode “seguir” perfis, além de “curtir” e “compartilhar” conteúdos – ações igualmente familiares no funcionamento de outras redes.

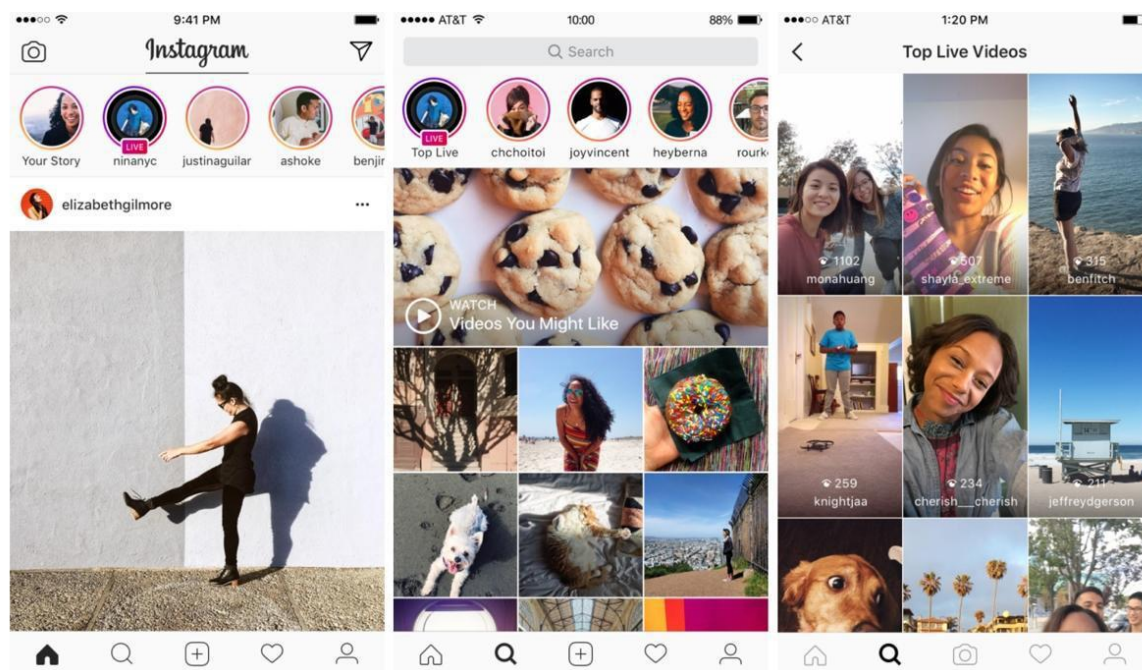


Figura 1 - Interface do app. Da esquerda para a direita: foto em destaque; opção de “busca” e mosaico dos conteúdos em destaque; mosaico de vídeos em destaque. Fonte: startupi.com.br ⁶

O aplicativo do *Instagram* foi lançado em 6 de outubro de 2010 e no final do mesmo dia, chegou ao primeiro lugar na *Apple Store*, a principal loja de produtos virtuais para *smartphones*, com mais de 25 mil *downloads*. Na primeira quinzena de dezembro do mesmo ano, alcançou a marca de um milhão de usuários. O crescimento foi exponencial e em 2011, dez milhões de pessoas já estavam conectadas à nova ferramenta.

Durante os dois primeiros anos, o *Instagram* era disponibilizado exclusivamente para dispositivos da *Apple*, com sistema *iOs*. Só em 2012, a empresa lançou sua versão para dispositivos *Android*, com cinco milhões de downloads em apenas seis dias – marca

⁶ Disponível em <<https://startupi.com.br/2016/11/instagram-anuncia-mais-ferramentas-para-acirrar-concorrencia-com-snapchat/>> Acesso em: 06 de abr de 2017.

que precisou de seis meses para ser alcançada nos dispositivos da *Apple*⁷. No mesmo ano, a empresa foi comprada pelo *Facebook* por cerca de um bilhão de dólares⁸.

Em 2013, o *Instagram* inseriu o recurso de vídeos rápidos, com no máximo 15 segundos de duração. A inserção da ferramenta ampliou o uso do aplicativo, possibilitando produzir, além de conteúdos fotográficos, material audiovisual. Em setembro do mesmo ano, o *app*⁹ alcançou a marca de 100 milhões de usuários¹⁰, número que dobrou pouco mais de um ano depois. No final de 2016, a rede social ultrapassou a marca de 500 milhões de usuários em todo o mundo¹¹. Destes, 300 milhões faziam acesso diário, na época. Pesquisas realizadas no mesmo período registraram que em 24 horas o *Instagram* tinha em média 4,2 bilhões de curtidas em 95 milhões de fotos e vídeos publicados¹².

Entre os brasileiros que têm acesso à internet, as redes sociais são bastante populares, em especial o *Instagram*. Desde 2015, a presença do país na plataforma é maior do que a média global. Naquele ano, 55% dos usuários brasileiros de internet estavam presentes na rede social de fotografias, número maior do que o da média global de 32%. Em 2016, o percentual subiu para 75%, mais uma vez superando os 42% da média global do mesmo ano¹³.

As taxas podem ser explicadas pela crescente penetração de *smartphones* no Brasil, cuja situação político-social nos dois governos de Luís Inácio Lula da Silva e no primeiro de Dilma Rousseff implicou na ascensão das classes C e D, capacitando-as a ingressar na lógica do consumo por aumento de renda per capita, melhores condições de crédito e

⁷ *Instagram* para *Android* consegue em 6 dias o que demorou 6 meses no *iOS*. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/97758/instagram-android-5-milhoes/>> Acesso em: 04 de abr de 2017

⁸ *Facebook* anuncia a compra do *Instagram*. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/04/facebook-anuncia-compra-do-instagram.html>> Acesso em 22 de mar de 2017.

⁹ Forma abreviada e mais corrente para referir-se a "aplicativo" no ciberespaço

¹⁰ *Instagram* alcança 100 milhões de usuários. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/geral,instagram-alcanca-100-milhoes-de-usuarios,10000034092>> Acesso em 18 de abr de 2017.

¹¹ *Instagram* ultrapassa os 500 milhões de usuários. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/06/instagram-ultrapassa-os-500-milhoes-de-usuarios.html>> Acesso em 05 de abr de 2017.

¹² *Instagram* chega a 500 milhões de usuários no mundo. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/empresas,instagram-chega-a-500-milhoes-de-usuarios-no-mundo,10000058308>> Acesso em 12 de mar de 2017.

¹³ Aumenta uso de *Snapchat* e *Instagram*, inclusive entre público mais velho. Disponível em: <<http://br.kantar.com/tecnologia/comportamento/2016/dezembro-aumenta-uso-de-snapchat-e-instagram,-inclusive-entre-p%C3%BAblico-mais-velho/>> Acesso em: 15 de mar 2017.

financiamento. Apesar da queda nas vendas de *smartphones* em 5,2% em 2016¹⁴, devido à crise econômica e ao golpe midiático-jurídico-parlamentar, com 48,4 milhões de aparelhos, o país ocupa atualmente o quarto lugar do mercado global do setor¹⁵. Soma-se a isso o fato de os celulares serem hoje o principal meio de acesso à internet para o brasileiro¹⁶.

Em 2016, o *Instagram* foi a rede social que mais apresentou crescimento, passando de 42% de adoção para 47,9% e se consolidando como a segunda colocada em preferência no Brasil¹⁷, atrás apenas do *Facebook*, que em 2016 tinha mais de 102 milhões de usuários brasileiros ativos mensalmente¹⁸. A preferência nacional é mesmo um fenômeno quando comparada mundialmente, perdendo apenas para os Estados Unidos da América. De acordo com a rede social, ao longo de 2016, o aplicativo ganhou em média um milhão de usuários por mês no país. Hoje, 7% das contas criadas são de brasileiros, o que contabiliza cerca de 35 milhões de usuários¹⁹.

Ainda que as gerações mais novas sejam a maior parcela de usuários de mídias sociais em todas as plataformas, uma faixa etária mais velha tem ganhado espaço: um em cada cinco usuários de internet entre os 55 e 65 anos estão usando o *Instagram*, um salto de 47% em relação a 2015. No Brasil, 57% dos usuários de internet dessa faixa também usam o *Instagram*²⁰.

Presentes em todos os espaços e momentos possíveis, as imagens são hoje, mais do que nunca, protagonistas na vida do sujeito contemporâneo, seja fora e/ou,

¹⁴ Venda de celular no Brasil cai 5,2%, aponta consultoria. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/venda-de-celular-no-brasil-cai-52-em-2016-pelo-2-ano-consecutivo-aponta-consultoria.ghtml>> Acesso em: 23 de mar de 2017.

¹⁵ Venda de celular no Brasil cai 5,2% em 2016, aponta consultoria. Disponível em <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/venda-de-celular-no-brasil-cai-52-em-2016-pelo-2-ano-consecutivo-aponta-consultoria.ghtml>> Acesso em: 23 de mar de 2017.

¹⁶ Disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-04/celular-e-principal-meio-de-acesso-internet-na-maioria-dos-lares>> Acesso em: 25 de mar de 2017.

¹⁷ Dados apontados por pesquisa da agência de *Marketing, Content Trends* 2016. *Instagram*: saiba tudo sobre essa rede social! Disponível em: <<http://marketingdeconteudo.com/instagram/>>. Acesso em 19 de mar de 2017.

¹⁸ *Facebook* tem mais de 100 milhões de usuários brasileiros. Disponível em <<https://olhardigital.uol.com.br/noticia/facebook-tem-mais-de-100-milhoes-de-usuarios-brasileiros/57706>> Acesso em 13 de mar de 2017.

¹⁹ *Instagram* anuncia 500 milhões de usuários ativos e Brasil é o segundo País que mais usa a rede social. Disponível em <<http://blog.opovo.com.br/id/2016/06/21/instagram-anuncia-500-milhoes-de-usuarios-e-brasil-e-o-segundo-pais-que-mais-usa-a-rede-social/>> Acesso em 14 de mar de 2017.

²⁰ Pesquisa: número de usuários de *Snapchat* e *Instagram* dispara no Brasil. Disponível em: <<http://convergecom.com.br/tiinside/08/12/2016/pesquisa-numero-de-usuarios-de-snapchat-e-instagram-dispara-no-brasil/>>. Acesso em 02 de abr de 2016.

principalmente, nas telas dos celulares, computadores e televisores. Como sugere Brasil (2006), “habitamos imagens, enquanto elas nos habitam”:

Estamos diante da imagem, estamos no visual. A forma-fluxo já não é uma forma para ser contemplada, mas um parasita como fundo: o ruído dos olhos. Com essa fórmula precisa, Régis Debray (1994) indica uma mudança fundamental em nossa relação com as imagens. Da contemplação à saturação, da duração à velocidade, o que se perde é uma espécie de *passibilidade* necessária à experiência estética. Em meio ao fluxo imagético ininterrupto - “ruído dos olhos” - torna-se cada vez mais difícil nos afetar pelas imagens, em uma relação menos estética do que *an-estésica* (BRASIL, p.89).

As imagens são efêmeras, produzidas em fluxo e compartilhadas quase que instantaneamente no ciberespaço - *selfies* e memes, por exemplo - e exercem, dentro de uma lógica própria que se propõe analisar neste trabalho, papéis de vigilância e legitimação dos enunciados sociais: produzem "regimes de verdade" (FOUCAULT, 2012).

Imagens têm o propósito de representar o mundo. Mas, ao fazê-lo, interpõem-se entre mundo e homem. Seu propósito é serem mapas do mundo, mas passam a ser biombos. O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função das imagens. Não mais decifra as cenas de imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como conjunto de cenas (FLUSSER, 2002, p. 9).

Neste sentido, estudar o funcionamento do *Instagram* e suas lógicas de interação, pertencimento, representação e representatividade requer uma análise técnica (tecnológica), mas, para além disso, uma consideração das "estratégias sensíveis" (SODRÉ, 2006) que permitem ao homem estabelecer novas relações possíveis de mediação, mediatizadas, virtualizadas, e de produção de subjetividades.

Nossa investigação caminha, portanto, na busca do entendimento de uma ordem social pautada no discurso pós-moderno, fortemente marcada pela eficácia e pelo *duplo deslocamento* (HALL, 2005) do sujeito: “descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos”. Uma ordem social pouco interessada nas causas e fundamentos e bastante atenta aos efeitos. Somos, no contemporâneo, frutos de uma "celebração móvel" (HALL, 2005, p. 13).

2.1. *Instagram Stories*: o cotidiano e o efêmero em cena

Ao longo dos seis anos de existência, como já dito, o *Instagram* incorporou uma série de recursos de outros aplicativos e redes sociais ao seu funcionamento. Entre as mais recentes está o chamado “modo história”: o *Instagram Stories*.

Lançado em 2 de agosto de 2016, o *Stories* dinamizou ainda mais o uso do aplicativo e a relação com o público. Similar ao modelo inaugurado pelo *Snapchat*²¹, o recurso permite ao usuário contar sua “história diária”, por meio do compartilhamento de fotos e vídeos, gerados em tempo real, num fluxo instantâneo, efêmero e descartável, já que o conteúdo é automaticamente excluído 24 horas depois de ter sido gerado.

Segundo o *Instagram*, a nova opção de publicação permite que os usuários mostrem outras imagens de seu dia, aquelas com que eles não querem perder muito tempo antes de publicar e que sejam mais naturais: imagens do dia-a-dia.

O cotidiano está em cena. O *banal* ganha destaque, se torna espetáculo e as intimidades passam a ser, voluntariamente, publicizadas. Os espaços público e privado se confundem. A mídia e, nesse caso especificamente, as redes sociais, surgem então como um *entre-lugar* (JUSTEN, 2016). Nem público, nem privado; nem institucional, nem anárquico: um ambiente potencial, que abre espaço para o deslocamento substancial: um ambiente próprio dos afetos.

Quanto às imagens: podem ser ininterruptamente assistidas e manipuladas, tanto pelo usuário que as produz quanto pelos seguidores, que as consomem. Neste sentido, todos se assumem produtores-consumidores; são agentes ativos no jogo da representação. Exibidas em uma sequência cronológica, as imagens podem ser avançadas, retrocedidas e revistas quantas vezes se quiser. Podem ser, *livremente*, ressignificadas.

Ainda que seja permitido salvar os conteúdos em seu dispositivo ou mesmo publicá-las no *feed* do *Instagram*, o *Stories* – diferentemente dos outros recursos do *app* – não é uma ferramenta de memória. Sua função é a de produzir registros, curtos, fragmentados e facilmente descartáveis do cotidiano dos sujeitos, que por meio de trocas, produção e consumo dos conteúdos, vão construindo entre si uma lógica de sociabilidade.

²¹ Rede social de bate papo e mensagens instantâneas através de envio e recebimento de fotos e vídeos de curta duração. Os conteúdos podem ser vistos apenas uma vez, sendo deletados do dispositivo, logo em seguida. Aplicativo criado em 2011, destinado a celulares e dispositivos móveis.

Se comparadas às imagens publicadas em uma conta do *Instagram*, os conteúdos do *Stories* possibilitam menos interações entre os usuários. No “modo história” não é possível “curtir”, nem comentar os conteúdos. No lugar disso, porém, os usuários podem enviar mensagens diretas ao autor da publicação.

Numa falsa sensação de controle, podemos administrar a privacidade das publicações, permitindo ou não o acesso de determinados usuários, sendo possível ainda saber quem visualizou nossas imagens. Assumir a posição de produtor de conteúdo dá a sensação de poder fazer o que bem entender. No entanto, estão em jogo gestos, atitudes, comportamentos, hábitos e discursos ao qual estamos todos submetidos, conscientemente ou não. Nessa lógica, o sujeito vigora como efeito de poder e, simultaneamente, seu centro de transmissão (FOUCAULT, 2012) – Todos vigiam a todos, o tempo todo. Há censura externa, mas, sobretudo, autocensura e autocontrole.

Do panóptico à televigilância, da disciplina ao controle, o espaço e os corpos que nele transitam tornam-se, com cada vez maior intensidade, superfícies visíveis, esquadrihadas, mapeadas e monitoradas constantemente por meio de redes eletrônico-digitais (BRASIL, 2006, p. 90).

A eficácia da ferramenta é inquestionável. Seduz. No final de 2012, o *Instagram* informou que havia mais de 150 milhões de pessoas usando o *Stories* diariamente²². Em abril de 2017, a função chegou à marca de 200 milhões de usuários. O número supera os 161 milhões que utilizam o Snapchat²³ e reforça a popularidade crescente do recurso.

Em um sistema de redes sociais, com tantas interações, múltiplas e transversais, o “modo história” desloca o usuário para uma nova experiência de representação. As relações se modificam e as classificações tradicionais já não dão conta das novas formas de interação. Assim, torna-se minimamente plausível a hipótese de um possível momento de ruptura de um modelo de pensamento, ou mais seguramente, o seu enfraquecimento. Tudo indica que estamos nos deslocando. Sem muita certeza para onde. E se por um lado, o

²² Instagram Stories chega a 200 milhões de usuários diários. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/empresas,instagram-stories-chega-a-200-milhoes-de-usuarios-diarios,70001737490>>. Acesso em 20 de abr de 2017.

²³ Instagram Stories já tem mais usuários do que Snapchat. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/instagram-stories-mostra-lado-implacavel-de-facebook-e-zuckerberg/>>. Acesso em: 13 de abr de 2017.

sujeito parece ter superado o paradigma moderno, talvez não tenha ainda alcançado definitivamente a pós-modernidade.

2.2. Representação, virtualidade e deslocamento. Afinal, onde está o sujeito?

O objetivo da presente pesquisa é jogar luz sobre o fenômeno da representação na pós-modernidade e consequente articulação entre sujeito, imagem e representação/simulação. É investigar e, acima de tudo, ampliar a discussão quanto à posição e às relações que nós, enquanto sujeitos, desempenhamos no contexto da pós-modernidade.

E como ponto de partida, a manifestação – simultaneamente ilustração e sintoma – cada vez mais frequente de nossos tempos: a exposição/estetização da vida cotidiana na *web* – especificamente no *Instagram*, por meio das imagens.

Como toda boa discussão que se pretende construir, é preciso antes de começar, preparar o terreno. Desse modo, apresentamos aqui alguns dos conceitos estruturantes de todo o debate. Entre eles, as noções de representação, imagem, sujeito e pós-modernidade.

O conceito de representação, não é tão simples que se possa abarcar apenas em uma definição. Além de ampla, a ideia de *representar* acompanha o homem desde a antiguidade até os dias atuais. Teve, portanto, em cada uma das épocas, lugar e função específicos. Justamente por sua amplitude temporal e conceitual, a noção de representação dificilmente pode ser delimitada (HALL, 2002).

É sabido que definir é limitar. Por outro lado, limitar é, também, fazer escolhas. Neste sentido, assumindo o risco de por demais reduzir e simplificar os processos de representação que nos acometem ao longo da história do pensamento ocidental, é preciso, para fins metodológicos, indicar uma dentre tantas abordagens a ser utilizada nas páginas que se seguem.

Apoiados no pensador jamaicano Stuart Hall (2005), partilhamos da ideia de que representar é conectar-se ao mundo, ao real e à cultura através da linguagem. Representar é, em essência, produzir significado, dar sentido a si próprio e ao meio que nos cerca. É, então, de ordem construtivista e, por sua razão de ser, constantemente transformada. O que hoje, agora, *significa* pode não ter significado nada ontem ou nada mais significar amanhã.

Representar, para nós, é, assim, um incessante vincular-se, um eterno vir a ser da visibilidade: o que é visível; o que damos a ver; o que projetamos/exteriorizamos? Somos

nós, seres da linguagem e, portanto, seres sociais. Representar é ação comunicacional – do comum, da partilha, da comunicação. Representar, aqui, é produzir imagens – signos organizados em expressões coletivamente (de)codificáveis.

A combinação entre globalização, tecno-ciência, virtualidade e eficácia compõe o pano de fundo sobre o qual o debate se desenvolve. Um cenário no qual diferentes percepções estão interconectadas e se inter-relacionam, inevitável e constantemente.

O paradigma – isto é: as condições de ser, dizer, pensar e fazer do atual momento, um modelo, uma determinada conduta geral – está estruturado sobre a lógica do espetáculo; do controle e da vigilância; do consumo e da virtualidade, propostos, respectivamente por Guy Debord (1960), Michel Foucault (2000) e Jean Baudrillard (1991).

Como propõe o último dos teóricos supracitados, a representação é deslocada da vida real para o universo virtual, por meio da simulação. Constituindo-se em ambientes de protagonismo, as redes sociais constroem, hoje, um *outro* mundo, um *simulacro*. Um mundo "hiper-real", edificado a partir de “modelos de um real sem origem nem realidade”. (BAUDRILLARD, 1981, p.8). Um mundo possível, infinitamente possível, no qual cada um de nós tem a possibilidade de se assumir em vários, através de transfigurações e avatares. Em última análise, simulações que põem “em causa a diferença do “verdadeiro” e do “falso”, do “real” e do “imaginário”” (BAUDRILLARD, 1981, p. 9-10).

O sujeito, por si só, não tem mais eficácia, isto é, não é mais capaz de produzir efeitos críveis, rentáveis. Um não é mais suficiente, precisa ser muitos. A virtualidade e a simulação são, então, a *abertura*. Indicam e promovem a possibilidade *real* de ser muitos, múltiplos, variados e permanentemente ajustáveis no *virtual*.

Nesse sentido, a imagem técnica, com potencial igualmente manipulável e mutável, funciona perfeitamente àqueles que buscam a criação de diferentes identidades e representações de si e da realidade e é por isso apontada aqui como elemento central da análise pretendida.

A *web* assume a face *real*, de ato em si e não mais de potência, da possibilidade suprema de assumirmos *personas*. Mais do que isso: influencia na construção das subjetividades e dos “modos de ser” (SIBILIA, 2008) daquele que aqui será chamado de “sujeito pós-moderno” (HALL, 2005): caracterizado pela fragmentação, descentramento e

instabilidade, é “composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias e não resolvidas” (HALL, 2005, p. 12).

Deslocado do seu próprio centro e derrubando os muros que separam o espaço privado do público, o sujeito vive a “perda de um sentido de si” (HALL, 2005, p.9) e busca no *entre-lugar* (JUSTEN, 2016) da internet e do visual, a visibilidade. Seu objetivo é prioritariamente tornar-se visível.

Protagonizando um “show de intimidades alheias” (SIBILIA, 2008, p.73), os sujeitos constroem e consomem uns aos outros, mútua e ininterruptamente: são, em simultâneo, produtores e consumidores e, portanto, agentes ativos nos jogos de representação e legitimação de discurso. Estabelecem novos modos de relação e sociabilidade, mobilizadas essencialmente pelo *afeto*.

Neste sentido, dois aspectos emergem e são fundamentais para entender as novas interações sociais, imbuídas de afeto e paixão: a estética e a estesia. *Grosso modo*, a estética diz respeito às formas; a estesia, às sensações, ao sensível. Para desenvolver tais conceitos, nos apoiaremos, pois, nas noções de Sodré (2006).

A perspectiva imagética torna-se indispensável, uma vez que como coloca Sodré (2002), no “bios midiático”, as interações envolvendo representações, identidades e *afetos* são articuladas justamente pelas imagens. Especificamente as imagens técnicas: fotografias, impressões, cartazes, vídeos, filmes, telas e mais telas; qualquer tipo de dispositivo técnico.

A crescente exposição do sujeito a partir de retratos cotidianos – de modo instantâneo, constante e efêmero –, é, como já dito, sintomática e fortalece duas hipóteses para esta pesquisa: a de que estaríamos passando por (a) uma crise de representação e, por conseguinte, por (b) um momento de deslocamento/transformação de um paradigma da representação a outro, o da simulação.

Para, além disso, surge uma questão ainda mais ampla e substancial: afinal, por que o homem representa? Sempre foi assim? Seria essa uma necessidade intrínseca ou na verdade um modo recente e inovador de se colocar no mundo?

Investigar o quadro social pós-moderno, uma vez apresentadas suas causas – ou a história do momento em que se diz que a história acabou (AMARAL, 2015) – confere um arcabouço crítico de fôlego para pensarmos alternativas a um discurso único, excludente e

de *estandardização* das identidades e culturas que parece se desenhar frente a globalização tecnológica pelo consumo.

Como anuncia Debord, ainda nos anos 1960 sobre o domínio da imagem no aspecto da representação e das mediações homem-mundo, a questão da *iconofagia* não é novidade; mas a "sociedade do espetáculo" (DEBORD, 1967) parece ter encontrado morada e sustento nas relações virtualizadas, automatizadas e tecnocratizáveis que o discurso pós-moderno apresenta nas últimas décadas. Neste sentido, propomos também, em paralelo, observar – ainda que sem pretensões conclusivas – de que maneira o ciberespaço contribui para a construção dessas narrativas e identidades que, em hipótese, promovem uma dessubstancialização dos sujeitos e seus desejos, despotencializando senão a própria vida.

E quanto à imagem? Ela funciona como mediadora das relações ou como um fim de si mesma? Diante das facilidades técnicas de produção e consumo de imagens e informações, seria a postura do sujeito consciente ou inconsciente quanto às novas relações e representações que o permeiam?

As imagens representam ou na verdade re(a)apresentam o sujeito e aquilo que o cerca? Em meio a tantas imagens, identidades e simulações, estaríamos afinal vivendo uma crise de representação?

Como um trabalho de investigação de cunho histórico-filosófico e, portanto, provocativo em sua natureza, pensamos caminhar, junto ao leitor(a), em direção à renascença da ingenuidade de uma criança que, atenta aos estímulos e mudanças ao redor, faz do questionamento seu pulso de vida: o que é isto? E o pensamento há de vingar.

2.3. Investigação do tema

Para realizar a investigação do tema, foi utilizada a metodologia de revisão bibliográfica. A fim de ancorá-la e oferecer-lhe recorte adequado, entrecruzamos o conceito de representação à História da Arte e à própria razão de ser da Comunicação, pensando – como objeto central – *o sujeito que representa* como um ser social e, substancialmente, da linguagem. Neste sentido, três momentos distintos da história do pensamento ocidental parecem se impor como verdadeiros cumes no horizonte do estudo proposto: Idade Clássica, Idade Moderna e Pós-Modernidade, apoiados na leitura de três pensadores cujos lugares de fala apresentam-se, também, bastante bem delimitados: Platão, Michel Foucault e Jean Baudrillard, respectivamente.

Para analisar a representação na Idade Clássica, toma-se como referência a “Alegoria da Caverna”, Livro VII da principal obra de Platão, "A República". Para investigar o período Moderno, adota-se a introdução e o primeiro capítulo - intitulado "Las Meninas" - do livro "As Palavras e as Coisas", de Michel Foucault. A análise do momento Pós-Moderno é calcada no texto "A precessão dos simulacros", primeiro capítulo da obra Simulacros e Simulação, de Jean Baudrillard.

Ainda que não versem diretamente sobre as imagens, numa análise tecnico-estética, as três obras supracitadas podem ser apropriadas para discutir paradigmas de representação em termos imagéticos. Platão (1949), evocando o Mundo das Ideias e a noção de uma essência única e verdadeira, e estabelecendo as imagens como representação de cópias imperfeitas. Foucault (2000), ao dispor a imagem como discurso, que através da representação estabelece regimes de verdade; versões, sempre relativas. E por fim, Baudrillard (1991), estabelecendo a imagem como simulacro e evocando o virtual como novo espaço de expressão do sujeito.

A escolha foi feita considerando a relevância dos paradigmas filosóficos referentes a cada um dos períodos estudados, isto é: as condições de ser, dizer, pensar e fazer o que se é, se diz, se pensa e se faz em cada uma das três épocas em questão. O zelo, neste sentido, é de cuidar do tempo como medida, mas, sobretudo, como catalisador das transformações sociais que se seguem.

Focado na tríade que envolve representação, imagem e pós-moderno, não pretendemos perder de vista aspectos, que apesar de não serem aprofundados, contribuem no balizamento da discussão, construindo um cenário mais claro e consistente dos quadros sociais. Sendo assim, a análise transcorre levando sempre em conta três aspectos da dupla representação/imagem: função, técnica e motivação-contemplação.

No quadro esquemático abaixo estão esquadrinhados os eixos sob os quais se propõe pensar os paradigmas de representação dos três momentos históricos designados.

Figura 2 - Quadro Metodológico 1

REPRESENTAÇÃO	Idade Clássica	Idade Moderna	Pós-moderno
Função	Libertação da consciência	Análise e distinção social	Simulação
Técnica	-	Pintura	Imagem técnica
Motivação	Contemplação	Compreensão das relações de discurso e poder	Potência (virtual)

Fonte: Victor Terra e Janine Justen

Figura 3 - Quadro Metodológico 2

ASPECTO	IDADE CLÁSSICA	IDADE MODERNA	PÓS-MODERNO
Autor-referência	Platão	Michel Foucault	Jean Baudrillard
Paradigma	O Bem – O Fundamento	Discurso é poder	Simulação – Eficácia
Representação	Ideia – Imagem Mental	Linguagem – Palavras	Virtual, simulacro

Sujeito / Ser²⁴	Possui um essência única	Não é nem essência, nem está fora do mundo. Identidade bem definida.	Aparente, externo, mutável
Identidade	Imutável, constante	Construída socialmente, a partir de interações	Fragmentada, deslocada, descentralizada
Suporte-Imagem	Ideia – no plano inteligível; suportando a verdade em absoluto + Imagens – no plano sensível, como cópias imperfeitas	Discurso – Pintura – Palavras	Imagem técnica
Espaço	Mundo das Ideias/ Inteligível	Mundo social	Web
Relações sociais	Orientadas pelos valores do Bom, Belo e Justo e Verdadeiro, que, em conjunto, formam o Bem.	Socialização; disciplina	Consumo, espetáculo e controle

Fonte: Victor Terra e Janine Justen

²⁴ Em sua obra, Platão não desenvolve a ideia de sujeito, que irá surgir só no Iluminismo, com Descartes e a Filosofia Moderna.

3. Paradigmas e representações

A história do homem é, em toda sua trajetória, também a história das representações. Em diferentes épocas, através de inúmeros suportes e a partir de variadas motivações, o ser humano sempre representou, tanto a si quanto ao mundo que o cerca. A representação é, entre suas muitas definições, a utilização inteligível da língua para “expressar algo sobre o mundo ou representá-lo a outras pessoas.” (HALL, 2005). É o que nos permite dar sentido às coisas, que, à priori, nada significam.

Em último caso, a representação é o caminho que interliga a ideia à matéria; o abstrato à substância. Representar é, enfim, conectar-se ao mundo. Funciona como instrumento orientador; como ferramenta de acesso e relação entre o homem e o mundo.

Como nos aponta Hall, a ideia de representação varia entre diferentes linhas teóricas e épocas, sendo imprudente conceituá-la em termos absolutos. Para efeitos práticos de pesquisa, elegemos, pois, um dos muitos caminhos possíveis para investigar a representação contemporânea na *web*: a representação imagética.

O panorama amplo e plural apresentado por Hall, nos possibilita caminhar com mais precisão e lucidez na discussão que envolve os vários modos de representar ao longo da Idade Clássica, Moderna e Contemporânea. Sem perder de vista as noções de representação enquanto ferramenta de ligação, comunicação, relação e produção de sentido.

O objetivo, ao percorrer as obras de Platão e Foucault, é constituir um panorama que nos permita enxergar como a representação, em sua manifestação imagética, se transformou ao longo dos tempos, nos trazendo até o momento atual, quando mais do que nunca, as imagens são protagonistas no processo de comunicação e produção de sentido.

Percorrendo as ideias de tais autores, será possível estabelecer com mais clareza e consistência o quadro social contemporâneo, tratado e nomeado por Baudrillard como “Pós-moderno”²⁵. Evidenciaremos semelhanças e diferenças; continuidades e rupturas entre os paradigmas clássico, moderno e contemporâneo, este último - envolto no espetáculo, no consumo e no deslocamento do sujeito enquanto produtor de sentido na era

²⁵ Alguns autores, como Bauman, Giddens e Sennett, preferem chamar o período de Modernidade tardia, mas uma vez tomando como base a obra de Baudrillard, utilizemos o termo por ele empregado.

das imagens em fluxo, do espaço virtual da simulação, desprendido das causas e marcado pela lógica da eficácia.

3.1. Platão: ideia, imagem e representação

Iniciamos nossa caminhada pelo filósofo que, em linhas ocidentais, foi o primeiro a tratar de representação enquanto ferramenta referencial entre o ser e o mundo; um instrumento de acesso ao real. Platão (século IV a.C) foi diretamente influenciado pela filosofia pré-socrática de Heráclito e Parmênides (século. I a.C.). Ambos buscaram compreender a experiência de ser; a experiência de serem todas as coisas, isto é, a *arché*, mas os dois pensadores chegaram a conclusões bastante distintas.

Heráclito baseia-se no princípio de que “tudo flui”. Para ele o mundo consistiria de um real equilibrado em forças opostas. No mesmo rio, por exemplo, somos e não somos, entramos e não entramos. O mundo portanto, seria regido pela lei do *devir*. Enquanto isso, Parmênides defende justamente o contrário. Para ele, o ser seria “uno, imóvel, eterno e imutável”. Apesar de ocorrer, o movimento não é *devir*. É sempre o mesmo e se repete. A noite sempre cai, o dia sempre nasce, num ciclo inalterável.

Sendo assim, o que Platão faz é colocar as duas abordagens frente a frente, pela primeira vez, a fim de entender mais profundamente seus argumentos. No embate, Parmênides leva a melhor. Platão compra a ideia do uno absoluto, da fundamentação substancial e imutável e define, ainda que sem querer, as bases epistemológicas sobre as quais se construíram mais de 26 séculos de filosofia ocidental. A partir da compreensão do ser como “uno, imóvel, eterno e imutável”, Platão propôs as noções de Ser, real, representação, imagem e, em especial, a noção de *verdade*.

Heráclito, já desqualificado, é então associado aos sofistas, que, por dinheiro, se valiam de recursos retóricos de persuasão para convencer a audiência de seus pontos de vista pouco interessados em valores morais ou virtudes éticas: para eles, a verdade nada era porque, se algo fosse, não poderia ser compreendida ou comunicada. No emblemático diálogo "Górgias", temos atribuída ao próprio personagem a seguinte fala:

O fato de por meio da palavra poderem convencer os juízes no tribunal, os senadores no conselho e os cidadãos nas assembleias ou em toda e qualquer reunião política. Com semelhante poder, farás do médico e do pedótriba teus escravos (PLATÃO, 2002, p.7).

*O homem como medida de todas as coisas*²⁶ ficava, portanto, a cargo daqueles que sabiam "falar e convencer as multidões" (Ibidem, p.7).

3.1.1. Alegoria da Caverna

A Alegoria da Caverna compõe o Livro VII de “A República” (1949). No diálogo, Sócrates conversa com Glauco, o irmão mais novo de Platão. Em um texto bastante metafórico, são discutidas as relações entre o ser²⁷, as ideias e a verdade, mas especialmente a relação entre duas instâncias definidoras da experiência de ser: o Inteligível e o Sensível. De modo objetivo, é sobre esses dois conceitos, distintos e complementares, que está estruturada a Alegoria da Caverna.

Logo no início, o personagem de Sócrates propõe ao aprendiz Glauco que imagine uma caverna. Dentro dela, homens (enquanto natureza, enquanto ser), presos desde sua infância no mesmo lugar, incapazes sequer de mover a cabeça e desviar o olhar para a parede que se coloca à sua frente. Atrás dos homens, uma fogueira - única fonte de iluminação dos prisioneiros. Num nível um pouco abaixo, à frente da fogueira, um muro por onde passam homens transportando toda espécie de objetos sobre as cabeças.

De costas para a entrada da caverna, tudo o que os homens enxergam e conhecem são as sombras e formas de suas próprias figuras e dos objetos transportados, que têm seus reflexos projetados pela fogueira na cavidade interna da caverna. Sendo essas as suas únicas referências, os reflexos - explica Platão - são tomados não como projeções pelos homens, mas como as coisas em si: reais e verdadeiras. As percepções distorcidas a partir das sombras dos objetos dentro da caverna são resultado dos sentidos dos homens e pertencem portanto ao que Platão denominou Plano Sensível. Orientados apenas pelos reflexos, os homens estão limitados e presos graças aos sentidos que os enganam. A única solução é sair da caverna, em busca de luz, orientados pela verdade metafísica. E é o que propõe Platão.

²⁶ Fragmento associado a Protágoras; à época, outro sofista também bastante importante.

²⁷ Apesar de nosso comprometimento em traçar um breve quadro das subjetividades em cada paradigma, não é possível falar de *sujeito* em Platão. Em sua filosofia, o que existe é a noção de *natureza homem* e junto a ela, a *experiência de ser* - forjadas sob uma perspectiva que atribui a todos os homens uma essência comum; um princípio que os faz serem todos homens em relação ao campo dos acontecimentos. A concepção de sujeito enquanto “indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado de capacidades de razão, de consciência e de ação, cujo “centro” consistia num núcleo interior” (HALL, 2005) surge mais tarde na categoria que Hall intitula “sujeito do Iluminismo”.

No texto, Sócrates sugere a Glauco pensar no que ocorreria caso aos homens fosse dado o direito de se libertarem, sendo “soltos das cadeias e curados da sua ignorância” (PLATÃO, 1949, p. 316). “Afim, como reagiria o homem se pudesse, enfim, sair da caverna em direção à luz, nunca antes vista?” (Ibidem, p. 316).

Logo que alguém soltasse um deles, e o forçasse a endireitar-se de repente, a voltar o pescoço, a andar e a olhar para a luz, ao fazer tudo isso, sentiria dor, e o deslumbramento impedi-lo-ia de fixar os objetos cujas sombras via outrora (PLATÃO, 1949, p. 316).

Para Platão, a primeira reação seria o choque. “Não te parece que ele [o homem] se veria em dificuldade e suporia que os objetos vistos outrora eram mais reais do que os que agora lhe mostravam?” (PLATÃO, 1949, p. 317). O filósofo defende que para libertar sua consciência, o homem precisaria necessariamente fazer contato com o que chamou de Mundo das Ideias ou Plano Inteligível. Nele estaria a essência das coisas; a verdade: absoluta e imutável, legitimadora do Real e do seu Fundamento: a *Idea*. Somente a partir do contato com as ideias, seria possível superar as opiniões e crenças e obter o conhecimento, tornar-se mais consciente e apreender o fundamento de tudo o que há. Na alegoria, a luz representaria então o Inteligível.

Na metafísica de Platão, para cada "grupo" de coisas existentes no mundo sensível, haveria uma ideia essencial, primária e perfeita, correspondente no Mundo das Ideias. Todas as coisas que vemos, tocamos ou sentimos seriam sempre apreendidas por meio dos sentidos, não passando de cópias imperfeitas de ideias perfeitas e verdadeiras do plano ideal. Assim, por exemplo, haveria uma ideia de árvore, uma essência de árvore; perfeita e imutável no Mundo das Ideias, das quais derivariam, no plano sensível, uma infinidade delas: macieira, figueira, mangueira, bananeira, enfim cópias ou como denomina Platão, *acidentes* de árvore.

Ainda que compartilhem uma suposta essência comum, as cópias variam e se diferenciam em termos sensíveis: forma, cor, material, textura, tamanho e podem, por isso, confundir ou enganar o homem, fazendo-o acreditar que as imagens fabricadas sensivelmente são, na verdade, as imagens mentais, as ideias. O sensível, ao contrário do inteligível não é confiável. Não é permanente, constante, imutável e absoluto. É neste momento, então, que se rivalizam *physis* e *logos*, até aqui entendidos como face de uma mesma moeda, termos equivalentes de um mesmo fenômeno (tudo o que é) pelos pré-

socráticos. *Physis* passa a valer como caos, impermanência e movimento (dispersão), enquanto *logos* assume caráter de ordem, permanência e estase (unidade). O eterno velar-se e ocultar-se, próprio da *alétheia* como aquilo que não deve ser esquecido, é de vez superado pelo domínio da razão à natureza.

Ao se deparar com a luz e com o novo, o homem teria sua visão perturbada. Algum tempo depois, tornaria a enxergar, agora já sendo capaz de estabelecer relações de pertencimento e distinção entre as cópias das ideias; a experiência sensível do método inteligível. “Logo em seguida, mais habituado, o homem já teria maior capacidade de olhar para o Sol e o contemplar, não já a sua imagem na água ou em qualquer sítio, mas a ele mesmo, no seu lugar” (Ibidem, p. 317).

Platão hierarquiza as duas instâncias, definindo o Plano Inteligível como superior ao Sensível. Enquanto o primeiro tratava da verdade e do conhecimento, associado ao *logos*, o segundo versava sobre a opinião e a crença, associado à *physis*; se o visível só oferecia vício e alienação, o inteligível promovia a virtude, a libertação e a cura. Se o primeiro se dava pela experiência, o segundo se construía pelo método.

Platão compara a ascensão da alma ao Mundo Inteligível à “subida ao mundo superior”. Isso porque “nas sensações, há objetos que não convidam o espírito à reflexão, como se fossem suficientemente avaliados pelos sentidos, ao passo que outros obrigam de toda a maneira a refletir, como se a sensação não produzisse nada de são”. (PLATÃO, 1949, p. 329). E continua, ao afirmar que qualquer ação que não “obriga a alma a servir-se de inteligência em si para chegar a verdade pura” não deve ser totalmente levada a sério (PLATÃO, 1949, p. 335).

Só lhe interessam as constâncias. “Portanto, se o que ela [a alma] obriga a contemplar é a essência, convém-nos; se é o mutável, não nos convém” (PLATÃO, 1949, p. 336). A impermanência e a possibilidade infundada são desprezadas e se tornam inaceitáveis para Platão.

Vale lembrar que o compromisso de Platão com a verdade decorre dos Quatro Grandes Valores constitutivos do ser virtuoso: o Bom, o Belo, o Justo e o Verdadeiro. Em conjunto, tais virtudes compunham a noção de Bem, instituída por Platão como ideia maior de todas as coisas, o princípio ordenador do paradigma em questão.

Pois, segundo entendo, no limite do cognoscível é que se avista, a custo, a ideia do Bem; e, uma vez avistada, compreende-se que ela é para todos

a causa de quanto há de justo e belo; que, no mundo visível, foi ela que criou a luz, da qual é senhora; e que, no mundo inteligível, é ela a senhora da verdade e da inteligência, e que é preciso vê-la para se ser sensato na vida particular e pública (PLATÃO, 1949, p. 319).

"Depois de terem visto o bem em si, usá-lo-ão como paradigma para ordenar a cidade" (PLATÃO, 1949, p. 358). O Bem é força fundante, maior que o próprio homem e externa a ele; é substância; existe independente dos homens e atua sobre todos eles. As cópias, ainda que imperfeitas e enganosas, estão necessariamente referenciadas em ideias perfeitas e absolutas do plano inteligível. Estão, em última instância, fundamentadas.

O paradigma da Idade Clássica tem como característica o interesse no Fundamento e na causalidade. Buscar os fundamentos e as causas era, para o homem clássico, buscar a verdade e, nessa lógica, tornar-se virtuoso na busca pelo Bem²⁸.

3.1.2. Representação e imagem

No paradigma Clássico, a representação, entendida nesta pesquisa como relação imagética, aparece então como o mecanismo que possibilita a relação entre esses dois mundos possíveis: o Inteligível e o Sensível.

Está entre eles e funciona relacionando as cópias às ideias e vice-versa. É elemento de ligação. É, em último caso, o que possibilita ao homem o contato e a interação com o mundo a sua volta. É o meio pelo qual o sujeito acessa o real, a partir da correspondência entre o ente e o real. Criamos uma imagem mental, a assimilamos ao "objeto físico" que apreendemos por meio dos sentidos (visão, tato, audição) e entendemos que são análogas; cópias. Em Platão, as ideias têm origem em uma certa "estética"²⁹, uma vez que marcam as relações entre o Inteligível e o Sensível.

Ainda que tenham função, já que têm como perspectiva o fundamento e a causa das coisas, Platão afirma que as representações não contribuem para alcançar a Verdade, mas pelo contrário atrapalham, visto que são obrigatoriamente construídas por meio dos

²⁸ Ainda que não constitua a fundamentação teórica da pesquisa, a obra de Friedrich Nietzsche merece ser pontuada uma vez que tem influência direta na desconstrução do paradigma fundado sobre a noção de verdade. Ainda que ao longo da história, a Verdade (absoluta) tenha sido substituída - Ser, Deus, Ciência, História etc., de modo geral, o modelo de representação se manteve o mesmo até o século XIX: acesso ao real pela representação em busca da verdade a partir de um fundamento. Ao afirmar que "Deus está morto", Nietzsche ataca toda a estrutura firmada sobre o fundamento; ataca uma ideia de moral e conduta que seja externa e superior ao homem, que seja metafísica e absoluta.

²⁹ Ciência do modo sensível de conhecimento de um objeto (BAUMGARTEN *apud* SODRÉ, 2006, p. 45).

sentidos. Mais especificamente, a partir das artes e das imagens, apreendidas necessariamente pelo que o filósofo entende como “visível”.

Estes ornamentos que há no céu, na medida em que estão incrustados no visível, deveríamos realmente considerá-los o mais belo e perfeito de tudo o que é visível, mas muito inferiores aos verdadeiros - muito inferiores aos movimentos pelos quais a velocidade inicial e a lentidão essencial, em número verdadeiro, e em todas as formas verdadeiras, se movem em relação uma às outras, e com isso fazem mover aquilo que nelas é essencial: são os verdadeiros ornamentos, que se apreendem pelo raciocínio e pela inteligência, mas não pela vista (PLATÃO, 1949, p. 341).

Platão é intolerante com as imagens. São entendidas aqui sob a perspectiva de *mimesis*, *grosso modo*, *imitação*. Têm caráter figurativo e sua representação é a mais fiel possível da realidade. No entanto, não apresenta um fundamento calcado na razão, bem como as artes de modo geral. E por isso são execradas por Platão.

Dá a reivindicação do filósofo para que sejam expulsos da cidade todos os poetas, alegando não terem eles nenhuma legitimidade. Bem como fazem os sofistas, os artistas propagam opinião, *doxa*. Afastam-se da rigidez e da substância. Figuram como manipuladores de sensações, produtores de ilusões, descompromissados com a razão, com o fundamento e com a verdade.

Como sinaliza Gagnebin (1993), “a imagem mimética é, na filosofia de Platão, muito fraca, muito irreal, ilusória e, ao mesmo tempo, muito forte e ativa”. Vem justamente daí seu efeito devastador. “Ao mesmo tempo, essa imagem desprovida de ser consegue enganar e iludir não só, diz Platão, as crianças e as mulheres, mas também os homens maduros, sérios, virtuosos” (GAGNEBIN, 1993, p. 69).

Perigosa, a imagem (oriunda da experiência sensível) é vista por Platão sempre como tentativa de esconder a verdade das coisas. Aparentando mostrar, a imagem esconde, ausenta, substitui a coisa em seu lugar original, retira-lhe a essência. Afasta-se da verdade, portanto não deve ser valorizada. Ao mesmo tempo em que esconde, a imagem aponta para o engodo, para a mentira, para a ilusão e para a ausência (Gagnebin, 1993). É aí que está sua força arrebatadora e apavorante. Como definiu Benjamin (2012), já em meados do século XX, imagem é ausência: é, tão logo, tudo aquilo o que ela não é, relação bastante próxima com o fluxo heraclítico condenado pelo idealismo platônico.

A representação tem, afinal, uma função bem definida: possibilitar ao homem a ligação entre o plano das ideias e das sensações; o inteligível ao sensível, o abstrato à

matéria; contribui, ainda que cautelosamente, para que o homem possa discernir as percepções sensíveis das ideias, em busca das causas e fundamentos, que eram aqui a própria condição de existência.

Ainda que Platão conteste as imagens, é utópico imaginar as relações entre ser, sensível e inteligível sem elas, tanto que seu próprio tratado sobre esses dois mundos é feito em linguagem metafórica - em imagens, de imagens, de imagens, produzidas mentalmente pelo leitor ao longo de todo o texto. Embora enganosas e contraditórias, as imagens inegavelmente assumem um papel estratégico, para não dizer necessário, no jogo da representação da metafísica platônica.

Entender a noção de representação em Platão a partir da interpretação da Alegoria da Caverna é experiência extremamente interessante. Em toda sua tese, Platão critica e desvaloriza qualquer apreensão de natureza sensível - e nessa categoria estão as representações, as imagens (como cópias imperfeitas e enganosas) e a arte.

A dimensão do sensível e do afeto sempre foi ideologicamente tratada como o lado obscuro do principal procedimento da razão (SODRÉ, 2006). No entanto, como aponta Sodré (2006), Platão não dispensava o trabalho afetivo da linguagem. Não à toa, é justamente a partir de um diálogo alegórico e, portanto, representativo e imagético, que Platão constrói sua tese; é com imagens que constrói sua teoria metafísica.

Contraditório, Platão se apropria do dispositivo de poder imagético para expressar a sua razão. Nos aproxima de seu argumento inteligível, em última instância, por meio de uma “estratégia sensível” (SODRÉ, 2006). Longe de ser concluído, o debate sobre a representação e a imagem estaria apenas construindo em Platão e no Paradigma Clássico suas primeiras referências.

3.2. Foucault: discursos e uma nova perspectiva de representação

A obra de Michel Foucault está norteadada fundamentalmente pelas relações entre sujeito e verdade ao longo da história do pensamento ocidental e dividida em três grandes fases: *arqueologia do saber*, *genealogia do poder* e *cuidado de si*.

Para efeitos práticos, vamos nos ater ao primeiro desses três momentos - Arqueologia do Saber, a partir de trechos da obra “As Palavras e As Coisas” (2000) - para analisar de que modo Foucault pensou e contribuiu para o debate da temática da

representação. Como aponta Hall (2016), sua principal preocupação foi “entender ao invés das relações de sentido, as relações de poder”.

Para apreender de modo mais amplo e profundo tais relações, Foucault pensa não só os sistemas de representação de sua época (Século XX), mas também os sistemas de períodos antecedentes. É o que faz, por exemplo, ao examinar logo no primeiro capítulo do livro, a representação na Idade Moderna, através da pintura de Diego Velásquez, com o quadro *"Las Meninas"* (1656).

Ao considerar os discursos, inconstâncias e rupturas dos acontecimentos, Foucault traz nova perspectiva epistemológica para a História, diferente da concepção historiográfica tradicional e documental. Iniciada em meados do século XIX e estendida até o início do século XX, a historiografia tradicional é construída a partir de um discurso cientificista, distanciado do literário. Toma-se a História sob um olhar contínuo, linear e abordagens que se limitam a temáticas como Nação, civilização, revolução e grandes eventos políticos. A História objetivava recuperar o passado da nação e de seus líderes. “Aparecia como um conhecimento globalmente organizado num continuum harmonioso” (CRUZ apud PINTO, 2011, p. 152).

[...] a História era a narrativa cujos personagens testemunhavam os grandes feitos do passado. Não havia lugar para a singularidade e para o descontínuo. Se era singular e descontínuo não poderia ser histórico, pois, a História era uma grande continuidade de fatos movidos por causas e efeitos constantes. Havia harmonia e equilíbrio. Havia cientificidade. (PINTO, 2011, p. 152).

Havia preocupação documental e os arquivos oficiais pareciam incontestes, verídicos. Para fugir da narrativa romântica, buscava-se fidelidade ao documento. Narrava-se os fatos “tais como aconteceram” segundo a documentação oficial do Estado. Em nome de um racionalismo total pregava-se unicamente o estudo das fontes escritas: coleta dos documentos (heurística), crítica externa (data, autor, origem), crítica interna (hermenêutica), resumo crítico, síntese e colocação em perspectiva dos dados.

Em Foucault, a História não escreve a si mesma, não tem sentido por si só, nem os documentos falam por si. Diferente da história tradicional ou documental, a obra do filósofo aborda a história em termos arqueológicos (FOUCAULT, 2000). “O uso da palavra arqueologia indica que se trata de um procedimento de escavar verticalmente as camadas descontínuas de discursos já pronunciados (...) a fim de trazer à luz fragmentos de

ideias, conceitos, discursos talvez já esquecidos” (VEIGA-NETO, apud PINTO, 2011, p. 150).

Arqueologia e genealogia se apoiam sobre um pressuposto comum: escrever a história sem referir a análise à instância fundadora do sujeito (...) [Trata-se de] analisar o saber em termos de estratégia e táticas de poder. Nesse sentido, trata-se de situar o saber no âmbito das lutas (CASTRO apud PINTO, 2011 p. 149).

Para compreender a relação sujeito-verdade bem como as funções da representação, o autor pressupõe que sejam estudadas o que chamou de “*condições de possibilidade*” (FOUCAULT, 2012) para o nascimento dos saberes. Na genealogia³⁰ de Foucault, todo saber seria fruto de condições políticas específicas, sendo elas responsáveis tanto por formar as condições de enunciação dos discursos quanto dos sujeitos³¹.

Diferente de Platão, Foucault não enxerga um sujeito transcendente em relação ao campo de acontecimentos no qual se insere. Não considera que haja essência humana ou estado fundamental. Para ele, o que existe são o que chama de *efeitos de verdade* (2012), produzidos e transmitidos pelos dispositivos de poder³².

Assim, a noção de verdade não seria algo em si, mas aquilo que ganha realidade por legitimação de fala no interior de uma prática discursiva ou de um *regime de verdade* (2012) Não há "certo" ou "errado", existem relações. O poder não é algo que se possui ou se despossui, mas um dispositivo a partir do qual pessoas, coisas e instituições se organizam.

Nesse sentido, o poder teria papel central, operando no campo do desejo como uma rede produtiva que atravessa todo o corpo social. Diferentemente do que possa parecer, o poder não teria apenas função repressiva, mas na verdade agiria produzindo, reproduzindo ou eliminando determinados regimes de verdade de acordo com suas conveniências ao longo da história. “Se o poder fosse somente repressivo, se não fizesse outra coisa a não ser dizer não, você acredita que seria obedecido?” (FOUCAULT, 2012, p.44). Daí Foucault sugere a existência do que chamou de “poder positivo”. Uma instância não

³⁰ Assim como a arqueologia, a genealogia em Foucault analisa o saber em termos de estratégia e táticas de poder. Especificamente na consideração de seus origens

³¹ Mais um vez, Nietzsche merece ser mencionado, pois, precursor de Foucault, já entendia a produção de conhecimento vinculada às condições político-discursivas

³² Conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações, leis, enunciados científicos, proposições morais e filosóficas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo de poder. O dispositivo é a rede que se pode estabelecer entre esses elementos. (FOUCAULT, 2012, p. 364)

necessariamente repressora, mas sempre vigilante em relação aos corpos, produtora de individualidades e subjetividades. “Corpos dóceis”, como definiu o filósofo, adestrados e aprimorados para que se possa aproveitar ao máximo suas potencialidades dentro das relações de poder: as relações entre espaço e tempo começam a compor os mecanismos de controle da chamada *sociedade disciplinar*.

A concepção de verdade torna-se relativa e não mais absoluta. Como já havíamos dito, não foi a primeira vez que isso aconteceu. Nietzsche já havia “abalado” o sistema de mediação tradicional. Foucault exacerba isso. Insere as práticas sociais e discursivas; as relações de poder e de sentido no debate que envolve o sujeito, a verdade, o ato de representar e produzir individualidade.

Até então muito vinculada à linguagem, a representação é colocada em cena por Foucault, sob nova ótica, determinante para o desenrolar da temática: “Desenvolvimentos posteriores se tornaram mais preocupados com a representação como uma fonte para produção do entendimento social - um sistema mais aberto, conectado de maneira mais íntima às práticas sociais e às questões de poder” (HALL, 2016, p. 77-78). O autor vai estudar a representação a partir da ótica discursiva, que considera “o *discurso* como um sistema de representação” (HALL, 2016, p. 80).

Segundo Hall, Foucault contribuiu

[...] para uma nova e significativa abordagem para os problemas de representação. O que preocupava era a produção de conhecimento (ao invés de sentido) pelo que ele chamou de discurso (em vez de apenas linguagem). Seu projeto, disse ele, era analisar “como os seres humanos se entendem em nossa cultura” e como nosso conhecimento sobre “o social, o indivíduo a ele incorporado e os sentidos compartilhados” vem a ser produzido em diferentes períodos. (HALL, 2016, p. 78)

Na teoria da representação, Hall aponta três enfoques distintos para explicar como a representação de sentido pela linguagem funciona: reflexivo, intencional e construtivista. Ainda que nosso foco não seja discutir a linguagem, é oportuno compreender as diferentes perspectivas que influenciaram diretamente na leitura foucaultiana de *representação*.

“Na *abordagem reflexiva*, o sentido é pensado como repousando no objeto, pessoa, ideia ou evento no mundo real, e a linguagem funciona como um espelho, para refletir o sentido verdadeiro como ele já existe no mundo”. (HALL, 2016, p.47) Expandindo para além da linguagem, essa é a abordagem que mais se aproxima do paradigma Clássico da representação - a metafísica de Platão.

A *abordagem intencional* “defende que é o interlocutor, o autor, quem impõe seu único sentido ao mundo, pela linguagem. As palavras significam o que o autor pretende que signifiquem” (HALL, 2016, p. 48).

A *abordagem construtivista* - que é a que mais nos interessa aqui, reconhece o “caráter público e social da linguagem. Ela atesta que nem as coisas nelas mesmas, nem os usuários individuais podem fixar os significados na linguagem. As coisas não *significam*: nós construímos sentido usando sistemas representacionais - conceitos e signos” (HALL, 2016 p. 48).

Hall introduz Foucault e sua abordagem discursiva para a representação, sublinhando três de suas principais ideias: o problema do *poder e conhecimento*, a questão do *sujeito* e seu conceito de *discurso*, que será em Foucault a referência central para pensar todas as relações representativas.

Foucault entende discurso como

um grupo de pronunciamentos que proporciona uma linguagem para falar sobre um tópico particular ou um momento histórico - uma forma de representar o conhecimento sobre tais temas (...) O discurso tem a ver com a produção do sentido pela linguagem. Contudo, (...) uma vez que todas as práticas sociais implicam *sentido*, e sentidos definem e influenciam o que fazemos - nossa conduta - todas as práticas têm um aspecto discursivo (HALL, 2016, p. 80).

O discurso constrói o assunto: regido pelos efeitos de verdade, ele produz saberes e os classifica. Ele define e produz os objetos do nosso conhecimento, governa a forma com que o assunto pode ser significativamente falado e debatido, e também influencia como ideias são postas em prática e usadas para regular a conduta dos outros (FOUCAULT, 2009). Assim como define um modo de dizer, ele também “exclui”, limita e restringe outros modos possíveis.

Cada vez que esses eventos discursivos, que podem aparecer em diferentes campos institucionais da sociedade, “se referem ao mesmo objeto, compartilham o mesmo estilo e (...) apoiam uma estratégia em uma direção e padrão institucional, administrativo ou político comuns” (HALL, 2016, p.81), então Foucault diz serem eles pertencentes a uma mesma *formação discursiva*.

O autor desloca substancialmente o debate ao afirmar que “o conceito de discurso não é sobre se as coisas existem, mas sobre de onde vem o sentido das coisas” (HALL, 2016, p. 81). E uma vez preocupado com a origem dos sentidos, Foucault afasta-se de

Platão em sua “busca unicamente interessada na verdade”. Contrapondo-se à metafísica platônica, Foucault alega que as coisas tinham sentido e eram verdadeiras *apenas em um contexto histórico e temporal específico*. E vai além ao postular que “nada tem sentido fora do discurso” (FOUCAULT, 2012). O que inviabiliza, por exemplo, o princípio de um “Mundo das Ideias”.

Nessa altura, um novo paradigma filosófico está colocado: o paradigma dos discursos. O postulado de que o que existe são os discursos, decorrendo deles todas as relações de construção de sentido e de verdade. Sentidos e verdades forjados, em última instância, como “versões” que, necessariamente, se alterariam de épocas em épocas, ao longo da história.

A obra de Foucault é marcada pela historicização ao qual submeteram-se as ciências humanas no século XIX: um período marcado pela noção de progresso e modernidade como evolução linear e de superação imediata de um passado arcaico. Nesse momento, a dimensão social ganhou destaque e passou a ser considerada, tanto nas teorias da construção da ideia de sujeito, quanto nas que diziam respeito ao que estava ao seu redor.

O conhecimento sobre *todos* esses sujeitos e as práticas do redor deles, afirmou Foucault, são histórica e culturalmente específicos. Eles não tinham, nem poderiam ter, uma existência com sentido fora dos discursos específicos, isto é, fora das formas com que foram representados em discurso, produzidos como conhecimento e regulados pelas práticas discursivas e técnicas disciplináveis de uma sociedade e tempo particulares. Longe de aceitar as continuidades trans-históricas das quais os historiadores são tão orgulhosos, Foucault acreditava que mais significativas são as quebras, rupturas e descontinuidades, radicais de um período para outro, entre uma formação discursiva e outra (HALL, 2016, p. 85).

3.2.1. Sujeito e discurso

A relevância dos aspectos históricos é marca relevante na análise de Foucault. Ao historicizar o sujeito, o transforma e faz surgir uma nova concepção, afirmando que o sujeito é produzido no discurso (FOUCAULT, 2012).

Ainda era possível, no século XVIII, imaginar os grandes processos da vida moderna como estando centrados no indivíduo “sujeito-da-razão”. Mas à medida que as sociedades modernas se tornavam mais complexas, elas adquiriam uma forma mais coletiva e social. [...] Emergiu, então, uma concepção mais social do sujeito. O indivíduo passou a ser visto

como mais localizado e “definido” no interior dessas grandes estruturas e formações sustentadoras da sociedade moderna (HALL, 2005, p. 29-30).

“Essa “internalização” do exterior no sujeito, e essa “externalização” do interior, através da ação no mundo social, constituem a descrição primária do sujeito moderno” (HALL, 2005, p.31): o sujeito sociológico (Ibidem, p. 11).

A noção de sujeito sociológico reflete a complexidade crescente do mundo moderno e a consciência de que o núcleo interior do sujeito não seria autônomo e autossuficiente, mas transformado na relação com “outras pessoas importantes para ele”, que mediavam para os sujeitos valores, sentidos, símbolos - a cultura, de modo geral, na qual estavam inseridos (HALL, 2005).

Nessa linha, o *eu*³³ e sua *identidade* seriam formados a partir da lógica da interação entre o eu e a sociedade. Vale destacar que nesse ponto ainda, considera-se que o sujeito tenha uma essência interior que é o “eu real”, “mas este é formado e modificado em um diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que esses mundos oferecem” (HALL, 2005, p. 11).

A identidade passa a preencher o espaço entre o “interior” e o “exterior” – entre o mundo pessoal e o mundo público (ou consciente e inconsciente, por isso é bacana explicitar). (HALL, 2005). “A identidade, então, costura (ou, para usar uma metáfora médica, “sutura”) o sujeito à estrutura. Estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e predizíveis” (HALL, 2005, p. 12).

O sujeito moderno ou sociológico se coloca, pois, entre a concepção de sujeito clássico e contemporâneo - sobre o qual ainda iremos tratar. Assim como paradigma clássico, continua a haver no sujeito moderno, a noção de referencial. Um referencial apoiado na realidade, no real, que por sua vez está agora permeado pelos aspectos históricos, políticos, estruturais: pela perspectiva social.

Os referenciais existem, mas passam a ser relativizados dentro de determinado contexto e período. O que existe, nos demonstra Foucault, são versões, leituras e narrativas possíveis de mundo: regimes e efeitos de verdade. Não mais uma essência da verdade, como pretendia Platão. A representação (conectada ao referencial) não é apenas mimesis,

³³ Em termos freudianos, *grosso modo*, seria a instância psíquica subjetiva atinente ao ser humano.

ferramenta de ligação entre ideia e substância. Mantém seu papel referencial, mas para além disso, se torna ela mesma produtora de sentido. Passa a funcionar como painel discursivo que nos permite interpretar, especular e apreender distinções sociais implícitas no discursos imagéticos construídos. No caso de nosso estudo, os discursos construídos através das pinturas.

É esta configuração, que a partir do século XIX muda inteiramente; a teoria da representação desaparece como fundamento geral de todas as ordens possíveis (...) uma historicidade profunda penetra no coração das coisas (FOUCAULT, 2000, p. 21).

3.2.2. A representação em “*Las Meninas*”

Logo na introdução de “As Palavras e as coisas”, Foucault é bem direto quanto ao seu objetivo com a obra.

O que se quer trazer à luz é o campo epistemológico, a episteme onde os conhecimentos, encarados fora de qualquer critério referente a seu valor racional ou a suas formas objetivas, enraízam sua positividade e manifestam assim uma história que não é a de sua perfeição crescente, mas, antes, a de suas *condições de possibilidade* (FOUCAULT, 2000, p. 18-19).

O quadro “*Las Meninas*” (1656), do pintor espanhol *Diego Velázquez*, é referência - e consenso - entre os estudiosos para discutir questões sobre a natureza da representação na modernidade. Não à toa, Michel Foucault inicia o livro, analisando a pintura sob a ótica do discurso, logo em seu primeiro capítulo. Além de tratar da representação e das imagens, Foucault discorre sobre questões mais amplas envolvendo o sujeito.

Em sua argumentação, não há interesse em discutir o sentido verdadeiro, correto ou definitivo da pintura (HALL, 2016). “Aliás, um dos argumentos mais poderosos do filósofo é o de que a pintura não tem um sentido único, fixo ou final” (HALL, 2016, p. 101). Trata-se de *versões*.



Figura 4 - *Las Meninas*. Diego Velázquez (1656). Fonte: Wikipedia ³⁴

Há várias interpretações sobre a confecção do quadro. Segundo Hall (2016), Foucault segue a mais convincente delas. Na pintura, Velázquez seria o pintor, de pé em frente à tela, à esquerda da imagem. O homem estaria trabalhando em um retrato de corpo inteiro do rei e da rainha da Espanha, para quem pintava à época. O casal real estaria refletido no espelho da parede ao fundo da cena e para eles estariam olhando a infanta Margarita, suas assistentes e também o próprio pintor. Ao que tudo indica, o episódio ocorre no estúdio de Velázquez ou em algum outro cômodo do palácio real espanhol. Por fim, uma luz vinda do lado direito, hipoteticamente de uma janela (ainda que não visível), banha o primeiro plano da cena, enquanto na parte de trás, mais escura, um homem aparece

³⁴ Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/Las_Meninas#/media/File:Las_Meninas_01.jpg
Acesso em 15 de abr de 2017

de pé, olhando na mesma direção que faz o pintor: a direção de onde estariam supostamente posicionados os reis retratados pelo artista, mas também a posição ocupada - necessariamente - pelo espectador.

Os elementos da pintura são todos eles reconhecíveis. Estão todos “no lugar”. Mas para além disso, a “representação e o sujeito são as mensagens por trás da pintura - o que ela quer dizer, seu subtexto” (HALL, 2016, p.104). Apesar de absolutamente figurativa, a representação aqui não tem vínculo com um “reflexo verdadeiro”, imitação ou cópia da realidade. O discurso da pintura vai além.

Em primeiro lugar, como espectadores, como olhantes, na mira do olhar do pintor, da infanta e de alguns outros personagens, não sabemos: estamos vendo ou sendo vistos?

A princípio, de certo modo, tudo é visível. No entanto, no quadro - “encarregado de representar alguma coisa aos olhos de todo espectador possível” (FOUCAULT, 2000, p.9) -, o único elemento que dá a ver o que deve mostrar é o espelho. “De todas as representações que o quadro representa, ele é a única visível; mas ninguém o olha” (Ibidem, p. 7). Se fosse um objeto “real”, ele deveria agora estar *nos* representando ou refletindo, uma vez que estamos naquela posição em frente à cena para a qual todos estão olhando e da qual tudo faz sentido. Entretanto, ele não nos espelha; mostra, *no nosso lugar*, o rei e a rainha da Espanha. O discurso da pintura nos posiciona no lugar do soberano.

Sem ser notado, o espelho faz brilhar as duas formas de invisibilidade da obra: as figuras que o pintor olha, mas também as figuras que olham o pintor. “Aqui o jogo da representação consiste em conduzir essas duas formas de invisibilidade uma ao lugar da outra, numa superposição instável” (Ibidem, p. 9). O sentido da imagem é produzido, argumenta Foucault, por meio dessa complexa interação entre presença (o que você vê, o visível) e ausência (o que você não pode ver, o que está descolado no quadro). A representação funciona tanto no que *não* é mostrado, quanto no que é mostrado (HALL, 2016).

“Nossa forma de olhar para a imagem oscila entre dois centros, dois sujeitos, duas posições de olhar, dois sentidos” (HALL, 2016, p.107). “Nenhum olhar é estável, ou antes, no sulco neutro do olhar que transpassa a tela perpendicularmente, o sujeito e o objeto, o espectador e o modelo invertem seu papel ao infinito” (FOUCAULT, 2000, p.4).

Como aponta Hall (2016), o que a pintura “quer dizer” - seu sentido - depende de como nós a “lemos”. “É tão construída em torno daquilo que você não pode ver, quanto

daquilo que pode observar” (HALL, 2016, p. 104). Os indivíduos para o qual todos os retratados na pintura estão olhando, tanto estão quanto não estão na imagem. “Ou melhor, estão presentes por uma espécie de substituição. Nós não podemos vê-los porque não estão diretamente representados, mas sua “ausência” está representada - *espelhada* pelo seu reflexo ao fundo” (HALL, 2016, p.104).

Longe de ser finalmente resolvido em alguma verdade absoluta que seja o sentido da imagem, o discurso da pintura, bem deliberadamente nos mantém nesse estado de atenção suspensa, nesse processo oscilante de olhar. “Seu sentido está sempre no processo de emergir, embora qualquer sentido final seja constantemente adiado” (HALL, 2016, p. 107).

A figura não tem por si só um sentido completo, significando algo sempre em relação ao espectador que completa o seu sentido³⁵. Não há mais um processo essencial e imutável, transcendente ao sujeito. Pelo contrário: sua presença passa a ser necessária para que se dê enfim a representação.

Para além da consideração de que os sujeitos são construídos nos discursos, Foucault defende que todos os discursos constroem *posições do sujeito*; lugares sociais. A constatação é determinante para compreender a representação nos moldes construtivistas, pois está sugerido com ela que “os próprios discursos constroem as posições de sujeitos de onde eles se tornam inteligíveis e produzem efeitos” (HALL, 2016, p. 100).

A posição onde, em tese, se localizam os soberanos é crucial e multifacetada na leitura da imagem. Há nela, uma *tríplice função*: Superpostos estão o olhar do modelo no momento em que é pintado, o do espectador que contempla a cena (nós) e o do pintor “no momento em que compõe seu quadro (não o que é representado, mas o que está diante de nós e do qual falamos” (FOUCAULT, 2000, p. 17). As três funções “olhantes” confundem-se em um ponto exterior ao quadro, “ideal em relação ao que é representado, mas perfeitamente real, porquanto é a partir dele que se torna possível a representação” (Ibidem, 2000, p. 18).

Nessa perspectiva podemos concluir que a representação se dá a partir de pelo menos três *posições* e três figuras na pintura, que correspondem às “três funções desse ponto ideal e real” (Ibidem, p. 18). A primeira a do espectador, que somos nós, “cujo

³⁵ Produzir sentido depende, em último caso, da prática da interpretação. E como os sentidos estão sempre mudando, operam mais como convenções sociais do que como leis fixas.

“olhar” coloca juntos e unifica os diferentes elementos e relações na imagem em um sentido geral” (HALL, 2016, p. 107). Esse sujeito deve estar lá para a pintura fazer sentido, mas ele-ela não está representado na tela. A segunda, o pintor que retratou a cena. Ele está “presente” em dois lugares de uma vez: sentado onde nós estamos agora para pintar. Mas ao mesmo tempo pondo-se (representou a si próprio) na imagem olhando para trás, em direção àquele ponto de vista de onde nós, espectadores, tomamos seu lugar. E, em terceiro, e não menos importante para o “funcionamento” do processo, o visitante de pé na escada ao fundo, que organiza e dá sentido à cena. Ele tudo avalia e assim como nós e o pintor, de uma posição mais externa (HALL, 2016).

Talvez haja, neste quadro de Velázquez, como que a representação da representação clássica e a definição do espaço que ela abre. Com efeito, ela intenta representar-se a si mesma em todos os seus elementos, com suas imagens, os olhares aos quais ela se oferece, os rostos que torna visíveis, os gestos que a fazem nascer. Mas aí, nessa dispersão que ela reúne e exhibe em conjunto, por todas as partes um vazio essencial é imperiosamente indicado: o desaparecimento necessário daquilo que a funda - daquele a quem ela se assemelha e daquele a cujos olhos ela não passa de semelhança. Esse sujeito mesmo - que é o mesmo - foi elidido. E livre, enfim, dessa relação que a acorrentava, a representação pode se dar como pura representação (FOUCAULT, 2000, p. 20-21).

Podemos enxergar Foucault como espécie de mediador do debate. Sob a perspectiva que põe “o *discurso* como um sistema de representação” (FOUCAULT, 2000: 80), ele se posiciona entre o paradigma platônico e a concepção pós-moderna.

Foucault insere o sujeito como peça fundamental para o processo de representação. O insere no discurso e nos mostra que a produção de sentido passa pela atuação subjetiva, pelos “olhares” investidos sobre as imagens, que a essa altura já não são absolutos, mas relativos. São vários, possibilidades, bem como o é a verdade: versões, resultantes das interpretações dos discursos pelos sujeitos.

Considerados agora sob a égide da história, discurso e sujeito constroem verdades enquanto versões, flexíveis e abertas; nunca concluídas; infindáveis, mas ainda assim, comprometidas e referenciadas num real e, portanto, ainda interessadas nas representações. Eis aí o paradigma Moderno, iniciado no século XVII e encerrado em meados do século XX. E assim, ao invés das referências, do fundamento, do real e da representação, logo entram em cena a autorreferência, a eficácia, o virtual e a simulação do sujeito e do mundo.

3.3. Baudrillard: representações e simulacros

O final dos anos 60 e o início dos 70 foram marcados por intensas mudanças e inovações tecnológicas. Os meios de comunicação desenvolveram-se como nunca antes e o planeta nunca esteve tão interligado. A globalização se tornou o grande modelo socioeconômico.

Surgem novos estudos sobre o homem e novas perspectivas teóricas para compreender as relações sociais, nesse ponto, cada vez mais investidas de tecnologia, consumo e espetáculo. E é justamente sobre tais questões que estudiosos como o próprio Michel Foucault, Gilles Deleuze, Guy Debord e Jean Baudrillard, irão tratar, apenas para citar alguns.

Para nossa pequena análise do paradigma pós-moderno utilizaremos como referência a obra de Jean Baudrillard, intitulada “Simulações e Simulacros”, no intuito final de compreender sob que circunstâncias se desenha o sujeito e sua relação com o que, talvez, já não possamos aqui mais chamar de representação. Nosso olhar se desenvolve mais precisamente a partir da “a precessão dos simulacros”, título do primeiro capítulo da obra. Nele, Baudrillard apresenta um panorama apocalíptico quanto ao estado atual e futuro do homem em relação ao mundo que habita. Com afirmações duras e, em sua maioria, pessimistas, o autor nos expõe a um cenário completamente distinto dos de Foucault e, principalmente, de Platão. Contribui, pois, para o enriquecimento do debate, estimulando provocações e questionamentos quanto à relação entre os sujeitos e as representações através das imagens.

Há muitas transformações. O sujeito já não ocupa a mesma posição de antes: está deslocado de seu eixo. Valiosas, as imagens ganham ainda mais centralidade. A verdade é posta em questão e com ela, o fundamento. Os referenciais são desmontados. A representação perde espaço ou talvez apenas esteja em movimento, mudança, alteração, como sempre o fez ao longo da história. Ainda sem muito saber para onde, o certo é que nos movemos.

Segundo Stuart Hall (2005), um tipo diferente de mudança estrutural transformou as sociedades modernas no final do século XX, fragmentando “as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais” (HALL, 2005, p. 9). O sujeito vive uma perda do “sentido de si”, um “deslocamento ou descentração do sujeito” (Ibidem, p.

9). Com o duplo deslocamento - descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos, estaríamos enfim, diante de uma crise de identidade.

“O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas” (Ibidem, p. 12).

Sem identidade fixa, essencial ou permanente, o *sujeito pós-moderno* é agora formado e transformado continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (HALL apud HALL, 2005, p. 13).

“A identidade torna-se uma “celebração móvel”” (HALL, 2005, p. 13). Mais do nunca, estamos acelerados, hiper-estimulados. Reduzindo distâncias, manipulando as noções de tempo-espaço. Conectados a tudo e a todos, transfigurados atrás e através de telas, imagens e espetáculos. Nesse espaço mais virtual e menos real, de certo, algo está se modificando.

3.3.1. Da representação à simulação

É o que Baudrillard nos indica ao apontar a liquidação de todos os referenciais, nesta “passagem a um espaço cuja curvatura já não é a do real, nem a da verdade” (BAUDRILLARD, 1991, p. 9), mas o da simulação. Já não se trata, pois, de imitação, nem da *mimesis* platônica. Nem de dobragem, nem mesmo de paródia. “Trata-se de uma substituição no real dos signos do real, isto é, de uma operação de dissuasão de todo o processo real pelo seu duplo operatório” (Ibidem, p. 9).

A metafísica desaparece. “Já não existe o espelho do ser e das aparências, do real e do seu conceito” (BAUDRILLARD, 1991, p. 8). Reinventado, o real já não tem o compromisso com a razão, visto que não é mais comparável a nenhuma instância, ideal ou negativa. É apenas operacional (Baudrillard, 1991). “Na verdade, já não é o real pois já não está envolto em nenhum imaginário, é apenas operacional. É um *hiper-real*, produto de síntese irradiando modelos combinatórios num hiperespaço sem atmosfera” (BAUDRILLARD, 1991, p. 8).

Sem deixar escapar, a simulação traz consigo a ressurreição artificial dos referenciais nos sistemas de signos (aquilo que representa por ausência), “material mais dúctil que o sentido, na medida em que se oferece a todos os sistemas de equivalência, a todas as oposições binárias, a toda a álgebra combinatória” (BAUDRILLARD, 1991, p. 9).

Uma hiper-realidade que doravante limita o imaginário “não deixando lugar senão à recorrência orbital dos modelos e à geração simulada das diferenças” (BAUDRILLARD, 1991, p. 9). Dissolvem-se as diferenças, na qual residia todo o encanto da abstração e do conceito de real. É este o “imaginário da representação, que desaparece na simulação” (Ibidem, p.8).

A simulação já não é a simulação de um território, de um ser referencial, de uma substância. É a geração pelos modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real. O território já não precede o mapa, nem lhe sobrevive - precessão dos simulacros (BAUDRILLARD, 1991, p.8).

A simulação nega radicalmente o signo como valor, parte do signo como reversão e aniquilamento de toda a referência. Considera equivalentes signo e real (mesmo se esta equivalência é utópica, é um axioma fundamental) e, assim, se opõe à representação. “Enquanto que a representação tenta absorver a simulação interpretando-a como falsa representação, a simulação envolve todo o próprio edifício da representação como simulacro” (BAUDRILLARD, 1981, p.13).

No virtual, o sujeito é agora operador, que simula; pouco preocupado com as causas (fundamentos) e mais interessado nos efeitos (eficácia). Logo, a verdade é deslocada para segundo plano de vez e os sujeitos se guiam agora pelos simulacros, que produzem desenfreadamente na esfera virtual, estratégias de real e de referencial, referenciados em si mesmos, numa dobragem infinita e vazia de substância.

E se antes, o sujeito representava para acessar o real, agora ele se utiliza da simulação como “estratégia de real, de neo-real e de hiper-real” (BAUDRILLARD, 1991, p. 14), que é no fim das contas, estratégia de dissuasão. “Assim surge a simulação na fase que nos interessa - uma estratégia de real, de neo-real e de hiper-real, que faz por todo o lado a dobragem de uma estratégia de dissuasão” (Ibidem, p. 14).

A lógica da simulação nada tem a ver com uma lógica dos fatos e uma ordem das razões (BAUDRILLARD, 1991). A simulação caracteriza-se por uma *precessão do modelo*, de todos os modelos sobre o mínimo fato, isto é, sua antecipação. Os modelos já existem antes, a sua circulação, orbital como a da bomba, constitui o verdadeiro campo magnético do acontecimento (BAUDRILLARD, 1991).

O problema da hiper-simulação é que ela não só desorganiza a ordem das coisas, mas atenta contra o próprio princípio de realidade. A simulação deixa sempre supor que a

“própria ordem e a própria lei poderiam não ser mais que simulação” (BAUDRILLARD, 1991, p. 30). Ela é o contrário da dissimulação. “Dissimular é fingir não ter o que se tem. Simular é fingir ter o que não se tem. O primeiro refere-se a uma presença, o segundo a uma ausência” (Ibidem, p.9).

O simulacro engloba tudo, não podendo haver nada fora dele. A simulação é extremamente perigosa na medida em que “põe em causa a diferença do *verdadeiro* e do *falso*, do *real* e do *imaginário*”. (BAUDRILLARD, 1991, p. 9-10). Desestrutura o paradigma das diferenças, a partir do princípio da indistinção, o que para o autor é a pior das subversões. “É contra ela que a razão clássica se armou com todas as suas categorias. Mas é ela hoje em dia que de novo as ultrapassa e submerge o princípio de verdade” (Ibidem, p. 11). Não mais transcendental como a metafísica de Platão e toda a experiência inteligível, a simulação é transversal. Potencializa o multimodo, ao mesmo tempo em que carrega consigo um uno; diferente do platônico, que se opõe ao múltiplo. Um uno que não faz frente a nada, já que tem nele tudo contido. Anula qualquer possibilidade de diferenças e por isso é impossível de ser isolada. A simulação é o dentro e o fora, simultaneamente. É por natureza, virtual e, portanto, de infinita potência.

Todas as hipóteses são possíveis. Todas as hipóteses de manipulação são reversíveis num torniquete sem fim. É que a manipulação é uma causalidade flutuante onde positividade e negatividade se engendram e se recobrem, onde já não há ativo nem passivo (BAUDRILLARD, 1991, p. 25).

Com a continuidade reversível das hipóteses, a simulação funciona, segundo o autor, como a fita de *Moebius*³⁶, (Ibidem, p. 27): superfície unilateral e não orientável, sem início nem fim; eternamente percorrível.

É todo o modo tradicional de causalidade que está em questão: “modo perspectivo, determinista, modo ativo, crítico, modo analítico - distinção da causa e do efeito, do ativo e do passivo, do sujeito e do objeto, do fim e dos meios” (BAUDRILLARD, 1991, p. 45).

³⁶ Modelo matemático descoberto por August Ferdinand Mobius obtido pela colagem das duas extremidades de uma fita, após efetuar meia volta em uma delas. Utilizado para desenvolver estudos matemáticos e geométricos sobre orientabilidade e a noção de continuum, aplicados depois em outras áreas do conhecimento a partir da metáfora da continuidade. Um elemento sem começo nem fim, que permite uma circularidade infinita.

A distância mínima mantida até então entre sujeito e objeto, causa e efeito se desfaz num “processo aleatório e indeterminado e do qual já nem o discurso pode dar conta, já que é ele próprio uma categoria determinada” (Ibidem, p. 45).

Foucault tem aqui seus princípios abalados. Além da incapacidade dos discursos, a historicização, elemento estruturante da teoria foucaultiana, perde todo seu valor. Para além da história, o tempo tem seu valor alterado. “O passado parece ter perdido boa parte de seu sentido como *causa* do presente” (SIBILIA, 2008, p. 122).

Tudo é verdade simultaneamente (BAUDRILLARD, 1991). É o segredo de um discurso que já não é somente ambíguo, “como o podem ser os discursos políticos” (BAUDRILLARD, 1991, p. 27), mas traduz a impossibilidade de uma posição determinada de discurso. “E esta lógica não é nem de um partido nem de outro” (Ibidem, p. 27). Forçosamente, os discursos são atravessados pela simulação que fazem de qualquer coisa, verdade.

Nesse contexto, ela “não é a verdade reflexiva do espelho nem a verdade perspectiva do sistema panóptico e do olhar, mas a verdade manipuladora, do teste que sonda e interroga” (Ibidem, p.42).

Trata-se de aniquilação da verdade, que Baudrillard questiona se ainda existe. “Onde está a verdade em tudo isto?” (Ibidem, p. 27). O resultado é o desespero do sentido e a impossibilidade de captá-lo. Passa a haver, pois uma improvisação de sentido, de não-sentido, de vários sentidos simultâneos que se destroem (BAUDRILLARD, 1991).

Os hiper-realistas “fixam numa verossimilhança alucinante um real de onde fugiu todo o sentido e todo o *charme*, toda a profundidade e a energia da representação” (Ibidem, p. 34). “De fato, todo este processo não pode ser entendido por nós senão sob forma negativa [...]: absorção do modo radiante da causalidade, do modo referencial da determinação - implosão do sentido” (Ibidem, p. 46).

Categoricamente, Baudrillard proclama, na Pós-Modernidade, o fim da verdade, das causas, do sentido e da representação. É radical e pessimista. Contudo, nos parece no mínimo imprudente e limitador seguir pela mesma linha, uma vez que não nos interessa, afinal, dar ponto final à questão, mas pelo contrário, desenvolvê-la, formulando novas hipóteses e novos caminhos possíveis para o posto do sujeito e da representação no cenário da modernidade tardia.

Ao invés do fim das representações, não é possível tratar a questão em termos de uma crise, como aponta Hall (2005): uma crise de identidade? Como conceber a inutilidade da representação em um mundo mergulhado em imagens? De fato, o sujeito e seus modos de produzir estão em questão. Mas ainda que em crise, será que deixamos de representar?

Já nesta nova episteme que hoje se insinua, a eficiência e a eficácia - ou seja, a aptidão para produzir determinados efeitos - tornam-se justificativas necessárias e suficientes, capazes mesmo de dispensar toda explicação causal e qualquer pergunta pelo sentido (SIBILIA, 2008, p. 122).

O campo do virtual se apresenta como ideal para uma nova configuração em que, mergulhados no consumo, no espetáculo e nas simulações, devoramos e somos devorados pelas imagens simultaneamente (BAITELLO, 2014). Esta é condição inexorável da realidade cotidiana, da qual os humanos da era digital já não podem escapar (BAITELLO, 2014).

4. Imagens, *Instagram* e novas possibilidades de representação

Depois de percorrer três paradigmas de representação, analisando seus diferentes elementos, condições e manifestações, partimos finalmente para a última etapa da investigação, que prevê o Instagram como espaço potencial de novos modelos de representação (projeção de si e do outro) e, conseqüentemente, de novas relações entre os sujeitos da contemporaneidade. O que procuraremos mostrar é que pode estar se desenhando aqui um novo paradigma de representação e relação subjetiva, na qual a razão declina enquanto as experiências sensíveis ganham força e assumem o protagonismo. Um momento de transformações profundas e por isso de crise, mas que traz simultaneamente algo de novo, a potência ainda que sutil, a abertura para novas possibilidades, lugares e sentidos para os sujeitos descentralizados (HALL, 2005).

Diante do homem contemporâneo, apresenta-se um cenário virtualizado, simulado e - por que não? - promissor. As identidades estão móveis, fragmentadas; desinteressam-se pelas causas e preocupam-se com os efeitos: eis até onde chegamos com Baudrillard. Tomemos, portanto, como ponto de partida tais pressupostos apontados pelo autor, não obstante, sem a intenção de terminar a análise apegados a eles.

4.1. Virtual, web e afetos: a vida na mídia

Juntam-se à globalização, tecno-ciência, virtualidade e eficácia, o consumo, o controle e o espetáculo, lógicas socioeconômicas que articulam e orientam o funcionamento do macro-quadro e interferem diretamente na produção de sentido e das subjetividades na contemporaneidade.

O consumo está infiltrado nas relações e mais do que nunca define os modos de ser dos sujeitos. E já não é uma escolha, mas a única opção, segundo Bauman (2008). Como aponta Baudrillard, em sua essência, o consumo nada mais é que ferramenta de diferenciação, que funciona a partir da construção de relações sgnicas e simbólicas. Consumir “é uma função social de prestígio e de distribuição hierárquica” (BAUDRILLARD *apud* GAMBARO, 2012, p.22). Os objetos de consumo aparecem como lugares de trabalhos simbólicos, constituídos menos pela função ou valor de uso que tem, e mais pelos seus valores-signo - a capacidade que têm de representar (BAUDRILLARD, 1972). Por isso, “o sentido nunca tem origem na relação (...) racionalizada em termos de

uma escolha e do cálculo entre um sujeito (...) e um objeto, mas numa diferença sistematizável em termos de código” (BAUDRILLARD *apud* TOALDO, 1997, p. 90).

Reforçando a característica distintiva do consumo, Baudrillard afirma ainda que “não se consome o objeto em si, pela sua utilidade, e sim pelo sua capacidade de diferenciar, de remeter o consumidor a uma determinada posição, a um determinado status” (TOALDO, 1997, p. 90), havendo sempre um investimento a nível simbólico. A sociedade de consumo funciona como uma ferramenta de manipulação e controle. Trata-se de “uma instituição e de uma moral, (...) de um elemento da estratégia do poder” (BAUDRILLARD *apud* GAMBARO, p. 25-26); uma “maneira de mediar e moderar os horrores da padronização” (SILVERSTONE *apud* CASTRO e ROCHA, 2009, p. 51).

Tal ideia está em conformidade com o funcionamento da sociedade de controle sinalizada por Deleuze (1992), fundada num “capitalismo de sobre-produção”, que por sua vez é dirigido ao produto e não mais à produção em si. O que se pretende é agora vender serviços e comprar ações. Tudo isso sob “formas ultrarrápidas de controle ao ar livre, que substituem as antigas disciplinas que operavam na duração de um sistema fechado” (DELEUZE, 1992, p. 220): é a internalização do olhar de um diretor de consciência antes externo.

O controle é a nova estratégia de poder que, diferente da disciplina, não acaba e recomeça quando o sujeito sai de um espaço de confinamento e entra em outro - em moldes deleuzianos, a chamada *moratória ilimitada*. Pelo contrário, incessantes, “os controles são uma modulação, como uma moldagem auto-deformante que mudasse continuamente, a cada instante, ou como uma peneira cujas malhas mudassem de um ponto a outro” (DELEUZE, 1992, p. 221). Os diferentes modos de controle, os “*controlatos*” (DELEUZE, 1992), “são variações inseparáveis que formam um sistema de geometria variável cuja linguagem é numérica - o que não quer dizer necessariamente binária” (Ibidem, p. 221); linguagem estabelecida construída em cifras, “que marcam o acesso à informação” (Ibidem, p. 222).

Assim, segundo Deleuze (1992), o homem funciona de modo ondulatório, em órbita e num feixe contínuo. Está descompassado. Externamente, envolvido no controle e na lógica do capital, está rotacionando ininterruptamente em ondas constantes. Internamente, encontra-se deslocado de seu próprio eixo identitário. Está se deslocando, sem mais saber ao certo quais são seus valores e referências subjetivas.

Temos então um modelo social em plena ebulição e que pode ser claramente relacionado à perspectiva pós-moderna de Baudrillard ao enxergar que não há mais o fora, pois tudo está dentro. O controle está em toda parte, a todo instante, sem cessar. Não é escolha, mas uma lógica aplicada ao sujeito contemporâneo, mesmo que por vezes ele próprio não a perceba.

Na esteira do consumo e do controle, está também o espetáculo, que nas últimas décadas “tornou-se um dos princípios organizacionais da economia, da política, da sociedade e da vida cotidiana” (KELLNER, 2006, p. 119). Inserido no que Kellner (2006) denomina “cultura da mídia, o espetáculo passou a modelar pensamentos e comportamentos e construir identidades” (KELLNER, 2006, p. 119). “Na sociedade atual, o entretenimento e o espetáculo entraram nos domínios da economia, da política e do cotidiano, de novas e importantes maneiras”. (*Ibidem*, p. 128). Para Guy Debord, é o espetáculo quem “unifica e explica uma grande diversidade de fenômenos aparentes” (DEBORD *apud* KELLNER, 2006, p. 121).

Além do consumo material, ao pensar a lógica social do espetáculo nos anos 1960, Debord já apontava para a mídia e para a sociedade de consumo como estando “organizadas em torno da produção e consumo de imagens, mercadorias e eventos culturais”, bens imateriais de valor simbólico. Em última análise, “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens.” (DEBORD, 2006, p. 3)³⁷.

A estetização por meio das imagens, portanto, não é uma novidade do contemporâneo, mas vem se intensificando graças à profusão de novas tecnologias, que potencializam as experiências imagéticas, estéticas e afetivas no ambiente virtual. Definidoras do funcionamento social, tais lógicas permeiam tanto as estruturas reais (materiais, que de fato existem) quanto os novos espaços virtuais.

Estamos na presença de uma nova noção de espaço, em que físico e virtual se influenciam um ao outro, lançando as bases para a emergência de novas formas de socialização, novos estilos de vida e novas formas de organização social (CARDOSO *apud* CASTELLS, 2003, p. 110).

Trata-se da *Internet* que, além de ser uma nova plataforma de comunicação, funda, junto ao padrão das redes, uma nova cultura. Vemos emergir um modelo de comunicação

³⁷ DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo. Contraponto: 1992

híbrida, “que reúne lugar físico e ciber lugar” (CASTELLS, 2003, p. 109-110). Estamos na *web*, no ciberespaço e na mídia³⁸.

Segundo Castells (2003), vivemos a “cultura da virtualidade real”. Virtual na medida em que se constrói através de processos de comunicação virtuais, eletronicamente baseados (CASTELLS, 2003) - em que os conceitos de espaço e tempo podem ser potencialmente ampliados, reduzidos, enfim, manipulados. Real (e não imaginária) já que é nossa realidade fundamental;

[...] base material sobre a qual vivemos nossa existência, construímos nossos sistemas de representação, exercemos nosso trabalho, vinculamo-nos a outras pessoas, obtemos informação, formamos nossas opiniões, atuamos na política (CASTELLS, 2003, p. 167).

Pode-se afirmar que a virtualidade é nossa realidade (CASTELLS, 2003). Esta é a característica fundamental da cultura na Era da Informação: “é principalmente através da virtualidade que processamos nossa criação de significado” (CASTELLS, 2003, p. 167). A *Internet* tem “lógica própria e linguagem própria. Mas ela não se restringe a uma área particular da expressão cultural. Atravessa todas elas” (*Ibidem*, p. 164), contribuindo diretamente para um novo padrão de sociabilidade, baseado no que o autor chama de “individualismo em rede” (CASTELLS, 2003).

É na *web*, portanto, que agora nos deslocamos, construímos subjetividades, nos relacionamos, produzimos sentidos e então onde ainda representamos - contrariando Baudrillard, ao declarar com a inauguração do virtual, o fim das representações. Estamos sim representando. A questão que merece ser colocada é de que modo o estamos fazendo: discussão que certamente não será esgotada até o fim da presente pesquisa.

O que temos de fato é a constatação de que é na mídia que agora a vida se constrói, se mostra e se dá a ver. Esse novo ambiente; essa nova forma de vida na qual nos encontramos é definida por Muniz Sodré (2006) como *bios midiático*.

Configura-se uma nova dimensão psicossocial para o homem que, tendo a consciência moldada pelas grandes narrativas da Grécia clássica, vive agora a transformação da *politeia* em *techné*. Aos modos articulares de vida identificados por Aristóteles na *Ética a Nicômaco* – a vida contemplativa (*bios theoretikos*), vida prazerosa (*bios apolaustikos*) e

³⁸ 1) *Web*: plataforma técnica sob a qual funciona a Internet. 2) Ciberespaço: entendido aqui como a ambiência. 3) Mídia: conjunto de sistemas de informação e comunicação que simultaneamente permeia e é palco da maior parte dos processos de comunicação, produção, consumo e relações intersubjetivas contemporâneas.

vida política (*bios politikos*) – pode-se acrescentar uma nova qualificação, uma quarta esfera: a vida midiaticizada que inclui a realidade tecnológica do virtual (SODRÉ, 2002, p. 160-161).

Ao desenvolver o conceito de *bios midiático*, Sodré constata a falência das relações baseadas no intelecto. Um modelo que perdurou durante quase 26 séculos e que orientou toda a construção histórica, filosófica e cultural do ocidente (AMARAL, 2015). Aqui, uma ressalva crucial: ainda que as relações estruturadas no intelecto tenham ruído, a razão não desapareceu por completo. Está enfraquecida e, como afirma o autor, vem perdendo vigor, enquanto as estratégias sensíveis (SODRÉ, 2006) - tradicionalmente deslegitimadas frente   razão - assumem posição de destaque no novo cenário das virtualidades.

Contrariando Platão, Sodré (2006) afirma ainda que o inteligível e a razão nunca deixaram de trazer consigo estratégias sensíveis. O que ocorre na contemporaneidade é uma intensificação de tal fenômeno. A comunicação e as relações entre os sujeitos inscrevem-se mais do que nunca no plano da experiência estética, isto é, como “modo sensível de conhecimento” (SODRÉ *apud* BAUMGARTEN, 2006), plena de sensações (estesia).

A dimensão sensível implica numa aproximação das diferenças - decorrente do ajustamento afetivo (...). Trata-se de um campo de operações singulares, sem causa dependência com o poder comparativo das equivalências ou sem a caução racionalista de um pano de fundo metafísico. Trata-se da potência sensível do sujeito ou do objeto (SODRÉ, 2006, p. 11).

Voltam   discussão, a questão da eficácia e de seus efeitos. Ambos, tanto o sensível quanto o eficaz, estão descolados da razão, da verdade e do fundamento. Ambos são provocados pela *aisthesis*, que é “tanto sensação quanto percepção sensível” (SODRÉ, 2006, p. 86). Entra em cena o afeto, que pode ser definido como “qualquer mudança de estado e de tendências provocada por causas externas” (SODRÉ, 2006, p. 28). Não apenas considerável, o afeto emerge como o principal elemento na constituição do *bios midiático* (SODRÉ, 2006).

É o afeto então o que nos possibilita o surgimento das emoções, que são em seu sentido originário (*emovere*, *emotus*) significam o movimento energético ou espiritual que parte do ponto originário na direção de outro, com consequência de uma tensão investida no corpo (SODRÉ, 2006, p. 29).

Tais emoções, por sua vez, são as que consagram novas formas de perceber, agir e interpretar o mundo e a vida, diferentemente das paixões, mais duráveis e persistentes que o abalo anímico da emoção.

[...] a afetação radical da experiência pela tecnologia faz-nos viver plenamente além da era em que prevalecia o pensamento conceitual, dedutivo e sequencial, sem que ainda tenhamos conseguido elaborar uma práxis (conceito e prática) coerente com esse espírito do tempo marcado pela imagem e pelo sensível (SODRÉ *apud* CIMINO, 2010, p. 8).

Ao mencionar a *práxis*, ainda pouco elaborada, Sodré deixa claro que mesmo que já tenhamos algumas pistas, assinalar com precisão o panorama contemporâneo é tarefa difícil ou até mesmo precipitada.

O fato inconteste é o de que a inserção do afeto e a consequente consideração das estratégias sensíveis agora no centro da discussão, abrem espaço para uma nova perspectiva no campo da subjetividade, das relações e das representações. Combinadas, “a comunicação, a informação e a imagem com todas as suas tecnologias [...] têm-se progressivamente imposto aos sujeitos da teoria e da prática como um pretexto para se cogitar outro modo de inteligibilidade social” (SODRÉ *apud* CIMINO, 2011, p. 7-8), que a essa altura já não se localiza nem totalmente fora do real, nem totalmente dentro do virtual, mas na trama entre esses dois espaços, no limiar que já não separa, mas funde e faz coexistirem o real e o virtual, não sendo um capaz de anular o outro.

Pelo contrário, constroem-se e ressignificam-se simultaneamente no ciberespaço, que opera como uma espécie de “entre-lugar” ³⁹ (JUSTEN, 2016). Um ambiente híbrido e potencializador do individualismo em rede, que “é um padrão social, não um acúmulo de indivíduos isolados” (CASTELLS, 2003, p. 109).

A lógica da velocidade e do instantâneo que rege as tecnologias informáticas e as telecomunicações, com sua vocação devoradora de tempos e espaços, sugere profundas implicações na experiência cotidiana, na construção das subjetividades e nos relacionamentos sociais e afetivos (SIBILIA, 2008, p. 58).

³⁹ Um terceiro espaço que emerge da contração do público com o privado, do livre e do institucional, da razão e do afeto - é um e outro, mas não é nem um nem outro.

4.2. A relação entre sujeito e imagem no contemporâneo

Como já dissemos, os fenômenos de estetização e de espetacularização cotidiana não são novos. Eles podem ser notados, por exemplo, no quadro de Velázquez, analisado por Foucault - e simplificadamente por nós nesta pesquisa no capítulo anterior.

Em “Las Meninas” (1656), está representada e estetizada uma cena cotidiana, extremamente comum à época: membros da corte em seus aposentos, posando para uma pintura. No entanto, o lugar e o papel que a imagem ocupa nesse contexto é diferente da que ocuparia hoje nas redes. “Muitas vezes as práticas culturais persistem, mas seus sentidos mudam” (SIBILIA, 2008, p. 75).

Em *Velásquez*, ainda que sejam possíveis inúmeras interpretações e versões de sentido para o quadro, a imagem não pode ser exatamente consumida. Não sob o sentido que estamos considerando inerente à sociedade de consumo, própria do contemporâneo. A imagem da pintura não serve ao espectador como produto, mas como orientação, como guia. A relação é verticalizada e a construção de sentido flui unidirecionalmente: o pintor pinta a partir de suas percepções, que são apresentadas ao espectador. Esse, por sua vez, significa o que vê a partir de suas próprias referências, mas ainda assim limitado pela subjetividade do pintor impressa no quadro no instante da pintura. As funções são nítidas e precisam estar fixadas para que a representação se concretize. Agente e espectador não ocupam o mesmo lugar no tempo ou no espaço, não se confundem. Neste caso, ou se pinta ou se observa.

Na contemporaneidade, o cotidiano continua a ser estetizado. No entanto, o processo se dá a partir de imagens de natureza técnica, produzidas por câmeras e telas. Ainda que conserve a subjetividade do autor por meio do ângulo, da edição, dos efeitos e manipulações tecnológicas - ações comuns de serem observadas no *Instagram*, por exemplo -, as imagens têm parte de sua composição realizada por um processo técnico, objetivo e desprovido de subjetividade.

Por seu funcionamento complexo, o “aparelho operador parece não interromper o elo entre a imagem e seu significado” (FLUSSER, 2009, p. 14) que “se exprime de forma automática sobre suas superfícies, como se fossem impressões digitais onde “o dedo [digito] é a causa, e a imagem (...) é o efeito”” (Ibidem, p. 14).

Com a evolução dos meios técnicos, não é mais preciso ser filósofo ou pintor para produzir imagens. Com uma câmera ou celular em mãos (não mais um pincel e uma tela ou

uma imagem mental abstrata, como para Platão) e conectado a uma rede, somos capazes não só de produzir mas de transmitir conteúdo e consumir imagens. Com a desvalorização do trabalho fabril e sua substituição por especialistas em máquinas ou em administração ou gestão do conhecimento, cada vez mais passamos a operar com signos, com imagens das coisas. A relação em si mesma passou a ser um valor: *capital imaterial* ou *capital humano*.

Conceituada como superfície que pretende representar algo (FLUSSER, 1991), a imagem sempre administrou, invadiu, colonizou e se fez presente na constituição tanto individual quanto coletiva do homem. Mas, como assinala Sodré, fez isso “psiquicamente, internamente, em escala individual” (SODRÉ, 2002) ⁴⁰.

No contemporâneo, “isso saiu do indivíduo e se realiza por mídia” (SODRÉ, 2002) ⁴¹, alicerçado no *bios midiático*, no virtual, no consumo e no espetáculo. A imagem é o produto mais desejado e consumido pelo homem, por todo lugar e a todo instante. Em diferentes tamanhos, formas, ângulos e cores, as imagens circulam num fluxo intenso e ininterrupto, articulando as relações dos homens entre si, dos homens com as imagens e das imagens com elas mesmas. As imagens se substancializam sem que se possa tocar nelas (SODRÉ, 2002) ⁴².

O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função de imagens. Não mais decifra as cenas da imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como conjunto de cenas (FLUSSER, 1991, p.9).

Eis a Era da reprodutibilidade técnica, como já nos alertava Benjamin (1992) ⁴³ com as Teorias Críticas da Escola de Frankfurt aliado às premissas de Adorno e Horkheimer da Indústria Cultural. A linha tênue entre o valor de culto e o valor de exposição é esgarçada e as obras de arte perdem sua aura ao serem inseridas num modelo ininterrupto capitalista de produção de cópias de cópias de cópias - ou seja, sem as características peculiares do aqui e do agora; em essência, nos restam a fantasmagoria e a inquietação das *imagens ausentes*.

O que se vê assim, como desdobramento da reprodutibilidade, nas décadas e séculos que se seguem, é a multiplicação exacerbada de

⁴⁰ Disponível em: < <http://revistapesquisa.fapesp.br/2002/08/01/a-forma-de-vida-da-midia/>> Acesso em 14 de mai 2017.

⁴¹ Disponível em: < <http://revistapesquisa.fapesp.br/2002/08/01/a-forma-de-vida-da-midia/>> Acesso em 14 de mai 2017.

⁴² Disponível em: < <http://revistapesquisa.fapesp.br/2002/08/01/a-forma-de-vida-da-midia/>> Acesso em 14 de mai 2017.

⁴³ Benjamin, Walter, A Obra de Arte na Era da sua Reprodutibilidade Técnica, in Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política, Antropos, Lisboa, Relógio D'Água Editores, 1992.

imagens cada vez mais onipresentes, e pode ser denominado “descontrole”. Quer se produzir um controle por meio do descontrole. O excessivo passa a ser cotidiano e a ocupar todos os espaços, inflacionando o “valor de exposição”, propalado por Walter Benjamin (BAITELLO, 2014, p. 20).

A Era da reprodutibilidade técnica abre as portas para a escalada das imagens visuais que começam a competir pelo espaço e pela atenção - inclusive pelo tempo de vida - das pessoas. Excessivas, as imagens conduzem ao esvaziamento, contribuindo diretamente para uma bem provável crise da visibilidade. Baitello afirma que o quadro pode estar sinalizando “um desvio de rota, uma recidiva, no prognóstico positivo da reprodutibilidade técnica na sociedade contemporânea” (BAITELLO, 2014, p. 20).

Em vez de democratizar o acesso à informação e ao conhecimento, tal reprodutibilidade fez muito mais esvaziar o potencial revelador e esclarecedor das imagens por meio delas próprias e seu uso exacerbado e indiscriminado (BAITELLO, 2014, p. 20).

As imagens se repetem e são cada vez mais idênticas. Se distribuem no espaço público em grandes escalas. Inaugura-se o trânsito das imagens (BAITELLO, 2014) e com ele, como não poderia deixar de ser, sua transitoriedade. Em movimento, abrem espaços, vácuos já impossíveis de serem completados a tempo por qualquer outra coisa que não seja uma outra imagem.. E assim infinitamente. “E o correspondente déficit emocional gerado por sua ausência faz com que novas imagens sejam geradas para suprir a sensação do vazio e iludir a sua transitoriedade por meio de novas transitoriedades” (BAITELLO, 2014, p.19-20). Um movimento insustentável, indício de instabilidade e indefinição.

Sodré (2002) enxerga na condição do homem do *bios midiático*, a partir da metáfora de um espelho, o risco do ver-se apenas a si próprio e, portanto, não nega sua capacidade destrutiva: “O espelho reflete e ao mesmo tempo encerra a imagem em sua superfície rasa. Não tem profundidade de vida, e esse estar encerrado numa superfície rasa é a condição do homem que vive no *bios* midiático” (SODRÉ, 2002) ⁴⁴.

A metáfora do espelho é na verdade oriunda da teoria psicanalítica de Lacan. Uma mescla do mito de narciso com a cultura da identidade múltipla, sob a qual já tratamos: é o olhar-se no espelho e ver-se muitos, porque não somos nós apenas, somos nós e todas as

⁴⁴ Disponível em: < <http://revistapesquisa.fapesp.br/2002/08/01/a-forma-de-vida-da-midia/>.> Acesso em 14 de mai 2017.

outras referências que acoplamos, ressignificamos, negamos etc. O risco é não mais se perceber nessa gama de referencialidades, mas, como narciso, ver-se apenas a si próprio.

“Estamos diante da imagem, estamos no visual. A forma-fluxo já não é uma forma para ser contemplada, mas um parasita como fundo: o ruído dos olhos” (DEBRAY *apud* BRASIL, 2014, p. 89). Uma imagem remete a outra, que remete a outra, infinitamente, e “até eu recebê-las já estou tão acostumado a elas que eu próprio já sou imagem” (SODRÉ, 2002) ⁴⁵.

Aqui, retomamos o debate colocado por Baudrillard, em que a ausência de referência apontada pelo autor como sintoma da pós-modernidade, já se encontra transfigurada em um novo estágio, não de falta absoluta, mas de autorreferência, circular e ainda no fundo vazia. Reduzido pela mídia ao que é possível dentro da superfície do espelho de Narciso, encontramos o discurso do real histórico, que não parece fazer muita diferença ao homem contemporâneo.

A partir de uma intensa racionalização do visível, “a imagem passa a valer menos pelo que pode provocar, pelo que a excede, e mais pelo que é capaz de mostrar, evidenciar. transparecer. Ou seja, pelo que nela *in-forma*” (BRASIL, 2014, p. 90). Exerce assim seu lado mais sombrio e limitador e as possibilidades inerentes à ausência que o imagético sempre traz consigo são diminuídas por seu caráter informativo, pouco abstrato e referencial a elementos externos a ela. Afinal, a grande potência da imagem está não no que representa, mas no que evoca. Se o racional se apresenta problemático, não seria uma possibilidade o apelo aos sentidos para retomar o “potencial sensível” inerente às imagens?

Combinados, o excesso de imagens e seu esvaziamento provocam no homem contemporâneo uma crise do olhar, que está hiperestimulado e cansado de tanto ver. Como aponta Baudrillard (1991), o grande desafio dos sujeitos pós-modernos é encontrar os olhos para ver.

É justamente nesse cansaço - desequilíbrio evidente - que se entrelaçam e coexistem dois pontos, *a priori*, contraditórios. Primeiro, uma crise de visibilidade que bate à porta, ocasionada pelo esvaziamento das imagens e de suas potências. E em segundo as ascensão de um “imperativo da visibilidade” (SIBILIA, 2008).

⁴⁵ Disponível em: < <http://revistapesquisa.fapesp.br/2002/08/01/a-forma-de-vida-da-midia/>.> Acesso em 16 de mai 2017.

Apesar de parecer ser impossível sua coexistência, os dois panoramas podem ser facilmente compreendidos como presentes no mesmo espaço-tempo: desgastado pelo olhar, o homem aumenta sua necessidade de ser visto. “Cultuado e cultivado sem cessar, o eu atual não demanda apenas atenção e cuidado; além disso, convoca os mais sedentos olhares” (SIBILIA, 2008, p. 69).

“O homem antes preocupado em ter, agora busca mostrar-se abertamente, a fim de tornar-se visível a qualquer custo. Agora, o importante é parecer” (Ibidem, p. 84). A exposição é voluntária nas telas e redes globais. Multiplica-se “ao infinito as possibilidades de se exibir diante dos olhares alheios” (SIBILIA, 2008, p. 111), potencializando ao máximo a visibilidade tão desejada pelo sujeito.

Quanto mais pretende aparecer, mais o homem investe em imagens; constrói-se em autoimagens, produz mais e mais conteúdo. Mais saturada fica a visão daqueles que pelo cansaço olham, mas já não enxergam. “Quanto mais vemos, menos vivemos, quanto menos vivemos, mais necessitamos de visibilidade. E quanto mais visibilidade, tanto mais invisibilidade e tanto menos capacidade de olhar” (BAITELLO, 2014, p. 116).

Mais do que devoradores e colecionadores de imagens somos hoje por elas devorados: vivemos a “Era da iconofagia” (BAITELLO, 2014). A imagem assume quase que vida própria e passa a orientar com vigor modos de vida, padrões de beleza e de identidades. Se antes conduzia as imagens, agora além de produzidos, todos os sujeitos são conduzidos por elas. As imagens assumem poder sobre os homens. No entanto, a questão não pode ser encerrada aí. Isto porque, segundo Foucault (2012), onde há poder, necessariamente há resistência, relutância, brisa contrária que de início pouco chacoalha as folhas que toca, mas que ali está e pode ser percebida. É justamente nesse sopro, nessa sobrevida, na resistência que esta pesquisa visa fomentar reflexões, a fim de entender as complexidades, contradições, rupturas, prós e contras do quadro social /paradigma contemporâneo. Sem convicção, indagamos sobre caminhos possíveis, incomuns e, quem sabe, promissores.

Depois de esquadrihar os principais alicerces da sociedade contemporânea, fica evidente que o debate incorporou nitidamente tons apocalípticos, uma visão que, diga-se de passagem, não deve ser descartada em hipótese alguma. Mas pelo contrário, levada em conta como uma das perspectivas plausíveis, presente no funcionamento social e na relação entre sujeito e imagem. O perigo reside na consideração de tal visão como a única possível,

como o fez Baudrillard - ao afirmar que não há mais fundamento e que, por isso, a história acabou - e como não fez Sodré ao vislumbrar nas estratégias sensíveis um suspiro para novas possibilidades de representação. Não devemos invalidar tais condições. Elas existem e atuam sobre a sociedade atual. Em suma, o que não se pode de forma alguma é generalizar ou assumir postura maniqueísta na discussão que se propõe construir.

Consideremos, por conseguinte, tanto aspectos positivos quanto negativos da nova relação estabelecida entre o homem e a imagem no *bios midiático*. De fato, a produção, o consumo e o acesso às imagens se democratizaram nos últimos tempos. Estamos rodeados de imagens e elas parecem estar cada vez mais próximas de nós (isso quando não nos constituem). E se por um lado, é positiva, a democratização - ou o maior alcance -, quando apropriada massivamente pelas lógicas do consumo e do espetáculo, promove um esvaziamento de sentido e de valor das imagens: uma banalização.

Baudrillard e Muniz estão em consonância ao perceberem a queda da razão no processo de comunicação e de interpelação. Para ambos, a estratégia é a das sensações. Baudrillard fala em “eficácia” e efeitos, vazios de substância e referencialidade. Muniz atribui aos afetos e à manipulação das emoções a função de captar atenção e produzir relações.

Se a imagem vem perdendo o que se pode chamar de potência racional, por outro lado, talvez não ganhe mas mantenha sua potência sensível, que ao ser valorizada, se aflora. Esvazia-se de sentido racional, causal, mas continua a mover e afetar a partir dos sentidos, da estesia. Despenca de vez a razão e ascendem como nunca os sentidos e rumamos a um território ainda pouco conhecido, em direção a possíveis novos modelos de produção de sentido.

4.3 Instagram: lugar da imagem e de novas possibilidades

Finalmente, chegamos ao momento de uma análise mais aplicada. Nessa etapa o objetivo é relacionar os elementos da discussão à ferramenta *Instagram* e entender de que forma esta rede social pode agravar ou contribuir para a aparente crise do paradigma de representação contemporâneo.

Como já vimos, “é possível instrumentalizar a dimensão dos afetos na construção de subjetividades que atendam às demandas de uma sociedade projetada para o consumo acelerado dos signos imagéticos” (CIMINO, 2011, p. 7). Nesse sentido, não há dúvidas de

que o *Instagram* também possa funcionar como produto econômico e simplesmente banalizado. No entanto, a proposta aqui é percorrer justamente o caminho oposto. Buscar alternativas plausíveis da rede social como ferramenta de *abertura*; de transformação das relações através da ressignificação das imagens, da produção de novas ordens discursivas e da “renovação dos códigos da cultura que se ampliam e diversificam-se” (Ibidem, p. 2).

Antes, duas ressalvas importantes. Apesar de não ter o objetivo de analisar os modos de representação contemporâneos no Brasil especificamente, selecionamos alguns perfis de usuários brasileiros. Além do país se destacar no uso do aplicativo, como observamos no início desta pesquisa, a observação torna-se ainda mais palpável na medida em que é feita sobre hábitos, ações, práticas e lugares com os quais estamos familiarizados. Não utilizamos para essa investigação perfis de usuários estrangeiros entendendo que o uso dado por brasileiros e estrangeiros à ferramenta que integra imagem, virtual, consumo e produção de sentido, de modo geral é quase o mesmo. E logo aí já podemos reconhecer uma padronização - que não é absoluta, mas massiva.

Não se trata aqui de vincular a observação a um único perfil ou padrão de uso, mas primeiro: identificar em determinados usuários um padrão que prevalece; e segundo: utilizar para cada aspecto que se pretende mostrar, o usuário mais ilustrativo. Sendo assim, destacamos alguns dos usuários que com seus perfis contribuem para a discussão: a blogueira fitness Gabriela Pugliesi e a modelo, blogueira e atriz Jade Seba.

Reforçamos de uma vez por todas que não se trata da definição de um objeto de estudo ou da aplicação metodológica de um estudo de caso propriamente dito. Não intencionamos, portanto, fazer do caso um exemplo constante e único possível de ser utilizado.

4.3.1. Percorrendo o espaço

Navegando pelo *Instagram*, que como já dissemos é simultaneamente um aplicativo e uma rede social, é possível perceber costumes e modos de agir comuns aos usuários, tanto enquanto produtores como no lugar de consumidores de imagens e conteúdo. Vamos analisar primeiro e de modo mais geral o ambiente *Instagram* como um todo e depois seu recurso de modo história, o *Stories*, de forma mais específica.

Ao abrir o aplicativo, o usuário logo penetra no fluxo de informações e imagens, que são roladas verticalmente, num “eixo narrativo” ⁴⁶ temporal - espacial. Percebe-se um alto nível de estímulos com intensa variação de imagens, alternando-se em fotos e vídeos. A alimentação é em tempo real e sem pausas.

Nem todas as informações, fotos e vídeos chamam a mesma atenção das mesmas pessoas. Apesar da hiperestimulação, não se pode falar em passividade total diante dos conteúdos que ali se apresentam. A maior parte das imagens passa por nós sem ser percebida, afinal o olhar está desgastado, perdeu o vigor de outrora, já não é capaz de captar tantos estímulos. “A fadiga se instala no olhar que já não vê o que avista, já não enxerga o que vê, já não anima o que enxerga” (BAITELLO, 2014, p. 28).

Enxergamos pouco, mas enxergamos. Afinal, estamos interagindo. Esse é o princípio fundante da rede social. Se não houvesse interação, não poderíamos tratar o *Instagram* como uma plataforma de sociabilização. Mesmo com olhos já não tão atentos, interferimos e somos interferidos pelo “outro”. Somos capazes de escolher intervir no fluxo, a qualquer momento: clicar nas imagens, observar ou interagir com elas, por meio de comentários ou compartilhamentos. Simultaneamente, provocamos “mudanças de estado” no “outro” e somos atingidos por mudanças externas. Afetamos e somos afetados: estamos na esfera dos afetos. São eles que ainda nos fazem mover, sentir e produzir estesia. Não estamos inertes.

Se entre mil imagens somos mobilizados por uma única, ainda nos afetamos e é necessário considerar essa chance, por mínima que seja. Narcotizado pelo visível, o sujeito é ainda capaz de interromper o fluxo, observar a imagem e interagir com ela. Sai de um estado anestésico para um estado estésico. Todo o espaço se investe de estratégias sensíveis. É graças a elas que as intervenções do fluxo acontecem. Continuamos a produzir sentido e é exatamente nesse ponto que podemos falar de novas possibilidades, de uma *abertura*. “Pensar os fenômenos comunicacionais na sociedade midiaticizada como experiência estética é pensar a comunicação sem anestesia” (BARROS, 2016, p. 5).

As escolhas não são baseadas no racional, mas no sensível. No *Instagram* está evidente o “imperativo da visibilidade” (SIBILIA, 2008) que solicita os olhares em uma verdadeira disputa pela atenção. Na sociedade do espetáculo, enfim, ocorre um

⁴⁶ RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

“deslizamento geral do ter em parecer. É precisamente dessas aparências e dessa visibilidade que todo ter efetivo deve extrair seu prestígio imediato e sua função última” (SIBILIA, 2008, p. 84).

Inauguram-se, assim, em meio a todos estes deslocamentos, outras formas de consolidar a própria experiência e outros modos de auto tematização, outros regimes de constituição do eu e outras formas de se relacionar com o mundo e com os demais sujeitos (SIBILIA, 2008, p. 78).

A vida estetizada pessoal aparece como o ideal mais comumente compartilhado da nossa época: “é a expressão e a condição do incremento do hiperindividualismo contemporâneo” (LIPOVETSKY *apud* SOUZA & AIRES, 2016, p. 2). A auto tematização cotidiana é comum aos usuários do *Instagram*, percebida especialmente naqueles que se destacam e ganham *status* de “influenciadores digitais” - alguns já oriundos da TV, do cinema ou de outras mídias, outros inicialmente anônimos, que constroem sua fama a partir das próprias redes, com canais no *Youtube*, blogs ou a partir do próprio *Instagram*. Pessoas que de anônimas transformam-se em referências, formadoras de opinião.

Na Era da informação, tudo pode ser mensurado, inclusive o sucesso ou o fracasso. No *Instagram*, o principal investimento são as imagens e o maior patrimônio o número de seguidores. É comum encontrar entre os influenciadores, publicações de imagens de comemoração ao alcançarem determinado número de espectadores de suas contas. Quanto maior o número de seguidores, mais bem-sucedido se está.

Desgarrados do real, as referências são virtuais, numéricas e imateriais. Com 3,5 milhões e 2 milhões de seguidores respectivamente, Gabriela Pugliesi e Jade Seba são consideradas algumas das personalidades brasileiras mais bem sucedidas na *web*. São verdadeiras “celebridades da web”, muitas vezes, alcançando mais popularidade que atores e apresentadores da grande mídia (TV e cinema) nacional e internacional.

Produzindo conteúdo diário em suas contas, tais personalidades passam a definir padrões estéticos e discursivos; modos e estilos de vida, modelos de identidade, efêmeros e dinâmicos. Não à toa, no universo do *Instagram* a audiência dos perfis é convertida na categoria “seguidores”, que inspirados em centenas de perfis e celebridades virtuais, constituem suas identidades, gostos e opiniões, facilmente substituíveis e descartáveis, vivido como verdadeiras “celebrações móveis” (HALL, 2005).

As identidades são construídas sobre *avatares virtuais* - permanentemente ajustáveis, transformáveis e readaptáveis. Se deslocam sobre modos de ser, estabelecidos, não a partir de um movimento subjetivo e interno, e sim com base em estímulos externos. Na Era das simulações, o sujeito pode ser mais de um. Pode ser vários. Muitos. Quantos quiser. Infinitamente. Estão em causa o real e o imaginário.

À medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar - ao menos temporariamente (HALL, 2006, p. 12).

Utilizando postagens e cada vez mais o modo história do *Instagram*, o *Stories*, influenciadores apresentam seu “cotidiano registrado com todo o luxo de detalhes e reproduzível com alguns cliques” (SIBILIA, 2008, p. 77). Fotos e vídeos de curta duração em que os “relatos de si (...) são cada vez mais instantâneos, presentes, breves e explícitos” (Ibidem, p. 137).

Sem um centro determinado, vai se transformando num ritmo acelerado de exposição voluntária (SIBILIA, 2008) para que as subjetividades apareçam; possam ser vistas, só assim passando a existir verdadeiramente. “Se não se mostra, se não aparecer à vista de todos e outros não veem, então, de pouco servirá *ter* seja lá o que for. Agora, o importante é *parecer*” (SIBILIA, 2008, p. 84).

Fatores como a visibilidade e as aparências - aquilo que costumava ser tematizado como a enganosa exterioridade do eu - agora balizam, com uma instância crescente, a definição do que é cada sujeito (SIBILIA, 2008, p. 90).

Tratando quase sempre de si e de seu dia-a-dia, enxergamos um processo de produção de sentido que se dá no “ambiente plural e colaborativo do cotidiano” (BARROS, 2016, p. 8). O cotidiano aparece como “território onde agem as representações identitárias” (JUNIOR, 2004, p.8). É não um palco, “esse espaço onde ocorrem, sem a sua interferência, os acontecimentos” (JUNIOR, 2004, p. 4), mas antes um “lugar que age” (Ibidem, p. 4). O cotidiano “povoa a nossa relação com o mundo e interfere fortemente na leitura que fazemos” (2004). Nele, construções individuais dialogam com as construções daqueles com quem convivemos. A vida cotidiana

[...] apresenta-se como “um mundo intersubjetivo”, como nos propõe Berger e Luckman, “um mundo de que participo juntamente com outros homens”. A linguagem, o conhecimento, a temporalidade e a

espacialidade atribuídas à realidade da vida cotidiana num só tempo fazem-na compreensível (como norma ou como ordem) e comum (todos participam dela) (JUNIOR, 2004, p. 8).

Longe de instituir regras absolutas, o cotidiano crescentemente um terreno de embates discursivos e identitários, potencializado pela velocidade e fluxo das imagens e por sua consequente capacidade de fazerem surgir novos modos de ser, alterando subjetividades e construindo novas identidades, rapidamente cambiáveis.

Produtores e consumidores, os sujeitos usuários do *Instagram*, expõem através das imagens, seus hábitos, estilos de vida e corporalidades. O *corpo* manifesta-se como importante elemento na dinâmica afetiva-estética de representação imagética. São “mídias primárias” (BAITELLO, 2014), pontos de partida e de chegada últimos no processo de comunicação. “Toda comunicação humana começa na mídia primária, na qual os indivíduos se encontram cara a cara, corporalmente e imediatamente, e toda comunicação retorna para lá” (PROSS *apud* BAITELLO, 2014, p. 95).

Junto à abertura potencial, provocada pelas imagens como provocações afetivas, o *Instagram* potencializa o consumo material, capaz de limitar e esvaziar os sujeitos de sua capacidade criativa e de produção de sentido. Roupas, lugares, músicas; produtos, ações e corpos disponíveis ao consumo em 24 horas, 24 horas por dia, sete dias por semana.

Das 90 postagens que Gabriela Pugliesi fez em 30 dias, no período entre 9 de maio de 2017 e 9 de junho de 2017, 21 (sendo 15 fotos e 6 vídeos) fazem referência ao “mundo *fitness*”⁴⁷. A blogueira expõe seu corpo, roupas e os ambientes onde pratica suas atividades físicas. Sempre acompanhadas de textos motivacionais e descritivos da rotina de Pugliesi, as publicações recebem de 50 a 100 mil curtidas em média.

⁴⁷ Universo que inclui ações, hábitos e estilos de vida voltados ao culto do corpo, à alimentação saudável e à prática de atividades físicas.



Figura 5 - Na postagem, a influenciadora exibe seu corpo após o treino físico na academia.
Fonte: Instagram de Gabriela Pugliesi ⁴⁸

Curiosamente no mesmo período, entre 9 de maio e 9 de junho, Jade Seba publicou exatamente o mesmo número de imagens em sua conta (90 no total). Modos de vestir, peças de roupas, maquiagens, itens de beleza e estética estão presentes em 38 postagens, o que deixa clara a temática dos conteúdos. Em todas, o sujeito está no centro da atenção. É referência, estabelece identidades que são vendidas através das imagens como produtos a serem copiados, reproduzidos; indicam em última instância o caminho para se tornar visível.

Fotos de viagens, produtos de grandes marcas, pratos e refeições marcam os perfis dos influenciadores. Expõem e simulam o ideal da vida saudável e feliz, baseados na lógica do consumo e da espetacularização do banal. O simples torna-se extraordinário, digno de ser admirado. Comer uma fruta, deitar em uma cama, andar de bicicleta. Tudo é potencialmente transformável em beleza, esteticamente agradável. Constrói-se um *mise en scène* que se pretende natural, casual e inesperado, mas que justamente pelo planejamento perde imediatamente sua autenticidade.

⁴⁸ O texto da legenda estimula os seguidores à prática de exercícios. E, por último, Pugliesi faz referência à roupa que está usando. Na imagem estão cultuados a corporalidade, a visibilidade e o consumo. Disponível em: < <https://www.instagram.com/p/BVHn-LTjIU/?taken-by=gabrielapugliesi> > Acesso em 12 de junho de 2017.



Figura 6 - A blogueira Jade Seba em um momento de lazer e rotina cotidiana.
Fonte: Instagram de Jade Seba⁴⁹

A prática do *unboxing* é frequente entre os influenciadores e revela o uso voltado para hábitos capitalistas e de consumo material. Ao receber encomendas e presentes enviados por fãs e grandes marcas, o presenteado filma e fotografa o processo de abertura das embalagens, abrindo as caixas e mostrando aos seguidores os itens que vão de maquiagem, roupas e celulares a convites, prêmios e serviços oferecidos.

⁴⁹ Na imagem, Jade Seba constrói a foto para que a cena pareça natural e autêntica. A legenda, com três palavras, evoca ideias que estão em conjunto e traduzem o momento. Propositamente a intimidade é exposta no terreno do cotidiano. Estetiza-se o banal e vende-se um “modo de ser” de alguém bem sucedido. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BQqUsVijz32/?taken-by=jadeseba> Acesso em: 12 de junho de 2017



Figura 7 - Exemplo de *unboxing*. A influenciadora costuma mostrar os produtos que ganha quase que diariamente a partir de vídeos no *Stories*. Fonte: Instagram de Jade Seba ⁵⁰

Nesses espaços, está em jogo a visibilidade. O objetivo das marcas e empresas ao enviarem os produtos é bastante óbvio: promover seus produtos através de sua exposição. Com milhares ou até milhões de seguidores - como vimos acima - os perfis tornam-se verdadeiras vitrines, fazendo um ambiente de exposição pessoal se transformar em uma verdadeira ferramenta de negócios.

Mais do que mercadorias, vendem-se modos de habitar, vestir, relacionar-se, pensar, imaginar, (...) mapas de formas de existência que se produzem como verdadeiras '*identidades prêt-à-porter*'. Facilmente assimiláveis, em relação às quais somos simultaneamente produtores-espectadores-consumidores (BRASIL, 2014, p. 92).

Do panóptico à televigilância, da disciplina ao controle, corpos, rostos, marcas e produtos que nele transitam “tornam-se, com cada vez maior intensidade, superfícies visíveis, esquadrinhadas, mapeadas e monitoradas constantemente por meio das redes eletrônico-digitais” (BRASIL, 2014, p. 90). A imagem é reduzida à sua “forma-informação”, operação diretamente ligada à noção de “genealogia da transparência” ⁵¹ que explicita “certo deslimite entre os atos de ver, conhecer e controlar” (BRASIL, 2014, p. 90).

⁵⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BQqUsVijz32/?taken-by=jadeseba> Acesso em: 12 de junho de 2017

⁵¹ FOUCAULT, Michel. Vigiar e Punir: nascimento da prisão, p. 79.

Pessimista, Baitello (2014) sugere que na Era das visibilidades, o ser humano “vaga perdido em um labirinto de imagens que, em vez de refleti-lo, o inventa, o deforma, o converte em holograma, um desenho que outros desenharam, doce sonho ou pesadelo, com que os interesses do mercado sonham em aumentar seus ganhos” (BAITELLO, 2014, p. 7).

O sucesso do *Stories* é sintomático de um estado de instantaneidade e voracidade do homem diante de um espaço imagético e hiperestimulante. Publicando sem parar, falando sobre tudo, em curtos espaços de tempo, de modo fragmentado e infindável, o sujeito contemporâneo, virtual, usuário das redes e habitante do ciberespaço faz das imagens não uma parte, mas já a própria vida.

“Devorar imagens” ou “ser devorado por elas” não são possibilidades alternativas, mas simultâneas. É um estado da questão, uma descrição de nossa realidade cotidiana, uma condição inexorável da qual os humanos da era digital não podem escapar (BAITELLO, 2014, p. 7).

As intervenções sociais e culturais através das imagens carregam consigo potencial que pode se desdobrar tanto em seu aspecto positivo quanto em sua face mais destrutiva. Profícuas, quando “corporificam uma relação viva entre o homem e suas referências, seus símbolos. Quando portam valores, elas sustentam os vínculos entre o homem e suas raízes culturais e históricas” (Ibidem, p. 21). Aniquiladoras, ao trazerem à tona “o esvaziamento dos valores de referência de uma cultura” (Ibidem, p. 21). Necessários e fundantes nas relações, representações e comunicação humana, agora os símbolos “vivem mais que os homens” (PROSS *apud* BAITELLO, 2014, p. 21). Estão inflacionados e se perdem ao esvaziarem as imagens.

A crise de visibilidade não é uma crise das imagens, mas uma rarefação de sua capacidade de apelo. Quando o apelo entra em crise, são necessárias mais e mais imagens para se alcançar os mesmos efeitos. O que se tem então é uma descontrolada reprodutibilidade (BAITELLO, 2014, p. 21).

4.3.2. Novos usos e novos sentidos para a ferramenta de imagens

Apesar de estar exposto e controlado, o sujeito contemporâneo, devorador de imagens, não deixa de se manter ativo no processo de representação. Na verdade, ganha ainda mais protagonismo e importância do que antes. É tão espectador, tão consumidor e tão produtor quanto qualquer outro. Amassados pelos mecanismos de controle, os sujeitos ganham horizontalidade entre si, pelo menos em termos ferramentais e técnicos. A

tecnologia ainda não chega para todos, mas para aqueles que têm acesso à Internet, acende-se a primeira faísca de autonomia, começam a se ampliar vozes e inquietações. E, assim, avançamos a um estágio novo e significativo no processo de produção de sentido e representação. Na contemporaneidade todo homem é agente em potencial. E isso muda muita coisa.

Para exemplificar, retornemos ao *Instagram*. Acompanhando as tendências e os modelos apresentados por um influenciador digital ou uma celebridade, um usuário pode simplesmente copiar seu comportamento, (re)apresentando tais padrões através de imagens que evocam um mesmo sentido ao invés de produzir novos, esvaziando a potência criativa presente nas imagens. Por outro lado, sendo constantemente produtor e agente ativo de seu conteúdo, o usuário pode, baseado em padrões e modelos ditados por influenciadores, ao invés de apenas reproduzir sentido, produzi-los; ao invés de (re)apresentá-los, representá-los, evocando todo potencial criativo de uma imagem, numa ação estética, isto é, de “percepção sensível, plena de sensações” (BARROS, 2016, p. 2).

A dinâmica do *Instagram* tem como marca o *compartilhamento*, ou seja o “pôr em comum” e a abertura sem restrições para a construção de sentidos (CIMINO, 2010). O ato de compartilhar pressupõe, assim, a noção de *vínculo*, segundo Cimino (2010). Como fica claro no *Instagram* e no panorama do *bios midiático*, “ultrapassa-se a mera mecânica relacional e funcional de transmissão de conteúdos para se chegar ao vínculo comunicativo” (CIMINO, 2010, p. 2). O meio deixa de ser apenas um canal de transmissão de informação para tornar-se elemento constitutivo da própria trama sónica. (Ibidem, p. 3).

A plataforma-ambiência do *Instagram*, com seus recursos, ferramentas e modos de mostrar imagens e informações, contribui diretamente no processo de produção de sentido, reforçando a tese de Marshall McLuhan ao dizer que na contemporaneidade “o meio é mensagem” (MCLUHAN, 1981). Não é apenas um dispositivo tecnológico, mas estético e estésico. Tanto a abertura quanto a apreensão do comum por meio das trocas simbólicas acontecem na esfera subjetiva, emocional, afetiva e sensível. Logo, compartilhar é produzir afeto. E é exatamente isso o que vemos no *Instagram*. “Trata-se de partilhar percepções e sensibilidade” (BARROS, 2016, p. 8) subjetivas e individuais para criar percepções e sentidos comuns, constituindo o que Jacques Rancière denominou a “partilha do sensível” (RANCIÈRE *apud* BARROS, 2016).

Denomino partilha do sensível o sistema de evidências sensíveis que revela, ao mesmo tempo, a existência de um comum e dos recortes que nele definem lugares e partes respectivas. Uma partilha do sensível fixa, portanto, ao mesmo tempo, um comum compartilhado e partes exclusivas. Essa repartição das partes e dos lugares se funda numa partilha de espaços, tempos e tipos de atividade que determina propriamente a maneira como um comum se presta à participação e como uns e outros tomam parte nessa partilha (RANCIÈRE *apud* BARROS, 2016, p. 8).

Levando em conta os vínculos comunicativos na dinâmica de comunicação contemporânea, percebemos que a relação entre os usuários do *Instagram* se transforma se comparada a um modelo de comunicação clássica baseado no par emissor-receptor; unidirecional. Vemos surgir uma nova dinâmica que enfraquece parcialmente as afirmações da Teoria Crítica alemã, ao deixar de enxergar o espectador como objeto e transformá-lo em sujeito de suas ações.

Na perspectiva frankfurtiana, “o espectador não deve ter necessidade de nenhum pensamento próprio, o produto prescreve toda reação. (...) Na perspectiva da Teoria Crítica o que se tem é um espectador sem consciência, sem sensibilidade discernimento, vítima da ação “perversa” da mídia. Um espectador inapto à estesia (BARROS, 2016, p. 5).

De fato, o homem contemporâneo sofre com as manipulações e limitações causadas pelo sistema de consumo. No entanto, objetificá-lo em sua totalidade é imprudente. No *Instagram*, ainda somos, sim, sujeitos do processo. Há consciência e discernimento, ainda que não em sua plenitude. Mantemos-nos seres estésicos - aspecto inerente à natureza humana. O *Instagram*, como todos os elementos contemporâneos, é parte do *bios midiático* e, portanto, é fundamentalmente constituído e experienciado a partir dos afetos.

Os sujeitos são, sim, espectadores e receptores de informações, imagens e sentidos, mas, simultaneamente, o produzem, compartilham e se estabelecem como agentes no processo de construção de sentido. Assim, “emissor e receptor se superpõem e se tangenciam, se atritam na troca constante de papéis em processo e em circularidade” (FERRARA *apud* CIMINO, 2010, p. 4).

“O espectador não é somente a testemunha que consagra a obra, ele é, à sua maneira, o executante que a realiza” (DUFRENNE *apud* BARROS, 2016, p. 6). “O outro passa a ser uma espécie de coautor do processo de circulação da informação dentro da rede comunicativa” (CIMINO, 2010, p. 3).

Nesse sentido, sugerimos um olhar crítico e ampliado dos diferentes usos e funções do *Instagram* – tanto como ferramenta e suporte quanto como conteúdo, informação, discurso e sentido.

4.4. Perspectiva promissora

Pensar as redes a partir da perspectiva das afetações e não apenas pelas relações fundamentadas na dimensão racional vem se desenhando não só como tendência ou alternativa para uma aparente crise de representação. Mais do que isso, podemos enxergar a hipótese como oportunidade. Oportunidade de construção de novos modos de produzir sentido, relações, novos modos de discurso e novas maneiras de estar no mundo.

Constatamos que as representações perderam sua potência, mas de modo algum se encerram. Diferente do que sugeriu Baudrillard, as representações não faliram. Talvez tenha falido o paradigma, mas não as representações em si. Mantém-se agora em novos moldes. Passam a exercer todo seu potencial através das imagens na *web* e continuam produzindo sentido e ressignificando.

O homem contemporâneo está sendo devorado pelas imagens, mas não por completo. Pelo menos ainda não. Nos pequenos momentos, somos estésicos. Um feixe de autonomia e poder subjetivo ainda se coloca em cena na medida em que somos, no ciberespaço, produtores de informação e conteúdo. Consumimos e nos orientamos por imagens em grande parte do tempo e a partir disso criamos, recriamos, interpretamos e reinterpretamos, ressignificamos os sentidos. O quanto somos capazes de alcançar, ou melhor, mobilizar com nossas intervenções é medida variável. Entretanto o fato é: nas redes de interação e socialização, estamos mobilizando, afetando e sendo afetados, produzindo sentido. Representamos.

O funcionamento do *Instagram* como alternativa a um discurso único, excludente e de estartadização das identidades e culturas vêm se desenhando no contexto contemporâneo e pode ser visto na prática. Novos usos e novas motivações estão presentes em perfis de usuários como Laura Meirelles (@leturr)⁵², de 21 anos, com quase 800 seguidores⁵³ (número considerado baixo entre as contas de maior popularidade). Utilizando o *Stories*,

⁵² Nome utilizado pela usuária em sua conta.

⁵³ No dia 17 de junho de 2017, Laura possuía exatos 789 seguidores em sua conta do *Instagram*. A publicação destes dados e das respectivas imagens da conta foram previamente autorizadas pela usuária.

Meirelles compartilha conteúdos sobre mulheres, consideradas, de modo geral, fora dos padrões de beleza instituídos.

No dia 17 de junho, Laura postou em seu *Stories* 20 imagens, das quais 14 diziam respeito à representatividade da mulher nas redes.



Figura 8 – Capturas de tela do *Instagram Stories* de Laura Meirelles.
Fonte: *Instagram* de Laura Meirelles (@leturr)⁵⁴

Nas primeiras postagens, Laura questiona os padrões de corpo, beleza e cor expostos na Internet - incluindo o *Instagram* -, alertando para a dificuldade que tal estandardização provoca na subjetividade das mulheres que não se encaixam nos modelos definidos como belos.

Na postagem seguinte, explica a importância e o valor de seguir perfis de mulheres que estão fora de tais padrões, veiculando novas concepções de beleza, novos valores e novos discursos quanto à corporalidade, sensualidade e feminilidade.

Meirelles afirma se inspirar e se sentir representada em tais mulheres e apresenta os perfis de algumas delas em seu *Stories*. Mais do que um ato estético, enxergamos nesse caso, uma ação política, contra hegemônica, de ruptura e ressignificação de sentidos e de produção de novas ordens discursivas.

⁵⁴ A imagem não está disponível uma vez que publicada no *Stories*, ela é excluída depois de 24 horas. As imagens publicadas em sua conta estão disponíveis em: <https://www.instagram.com/leturr/>. Acesso em: 17 de junho de 2017.

Percebe-se o esforço de fazer valer o potencial da imagem enquanto evocação de novas ideias. A imagem para além do figurativo e material, dando a ver o que nela se ausenta. Nesse caso, trazendo à tona o questionamento sobre padrões corporais e as noções de feminino instituídas.

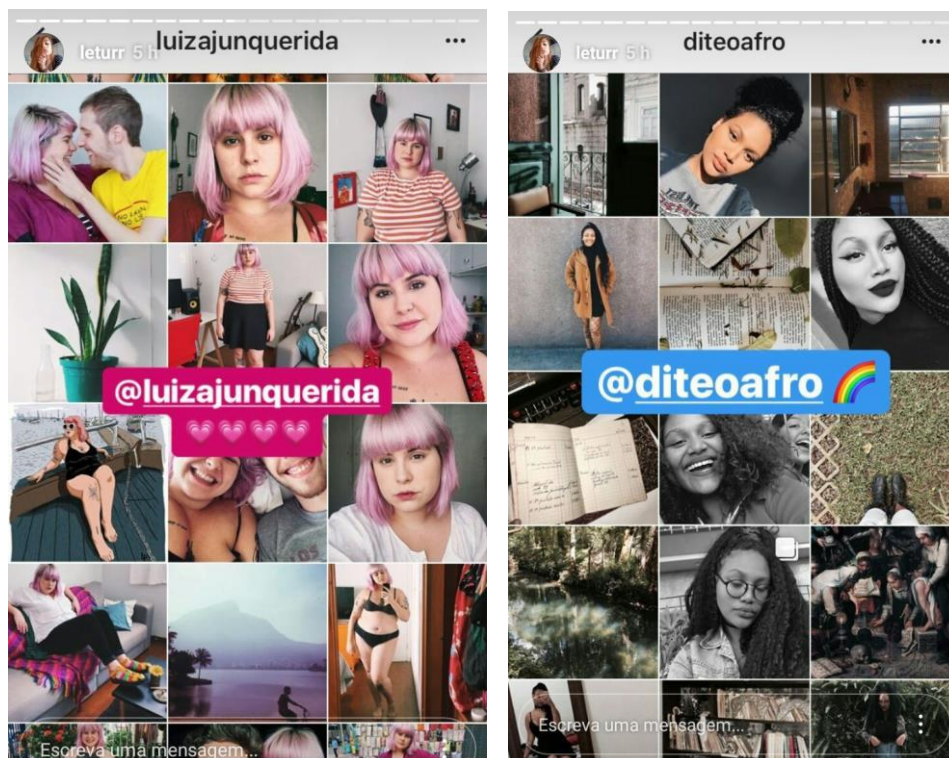


Figura 9 - Capturas de tela do Instagram de Leticia Meirelles (@leturr).

Fonte: Instagram de Laura Meirelles⁵⁵

No âmbito da fruição,

[...] o espectador ganha autonomia em sua relação com a mensagem que recebe e da qual se apropria. Os sentidos não estão, portanto, limitados ao que foi concebido e disponibilizado no produto da ação do autor. Os sentidos são reinventados na percepção estética, no encontro do espectador com o objeto estético (BARROS, 2016, p. 8)

que nesse caso é a imagem.

⁵⁵ A imagem não está disponível uma vez que publicada no Stories, ela é excluída depois de 24 horas. As imagens publicadas em sua conta estão disponíveis em: <https://www.instagram.com/leturr/>. Acesso em: 17 de junho de 2017.

O espectador pode, assim, ser pensado como sujeito criativo, co-autor, ou até mesmo como transgressor, “que subverte o sentido original da mensagem, dando a ela novas cores e tons” (BARROS, 2016, p. 9). É nisso que reside a força e o valor da imagem.

Iniciamos o presente capítulo partindo de Baudrillard. Para encerrar, vamos voltar a considerar sua visão. Um olhar claramente pessimista, mas que apresenta importante valor para os estudos das representações e imagens no contemporâneo, como bem observam Castro & Rocha (2009). Incansavelmente questionadoras, as provocações de Baudrillard propõem refletir sobre o que afinal as imagens fazem conosco e mais radicalmente: “o que afinal fazemos com o que as paisagens audiovisuais fazem conosco?” (CASTRO & ROCHA, 2009, p. 56). Quais seriam as potências criativas no universo do virtual, da imagem, do consumo e da eficácia contemporâneos?

5. Considerações Finais

Ao longo de três capítulos, foram percorridos três paradigmas que julgamos serem relevantes como arcabouço para discutir os modelos de representação na história da filosofia e do homem ocidental. Transpassando os paradigmas e analisando a ferramenta *Instagram* - seus usos e efeitos na contemporaneidade - identificamos semelhanças, rupturas e descontinuidades nos modos de fazer, pensar e agir, diferentes modelos paradigmáticos sob os quais o ser humano se apoiou para representar, forjar identidades, subjetividades e hábitos culturais. Detectamos, enfim, a possível queda de um paradigma que, ultrapassado, vai aos poucos sendo substituído por um novo modelo. Nesse movimento a percepção de uma Talvez tenha falido o paradigma, mas não as representações em si crise, corroborando nossa hipótese que, apesar de temporária e superficial, é no mínimo plausível.

Vivemos uma crise. Uma crise na produção dos sentidos do homem, de suas referências de comunicação e sociabilização. Uma crise das representações que atinge o homem em nível global. Lideranças, governos, sistemas e modelos abalados, sem força nem legitimidade. Regimes totalitários e extremistas; guerras e fundamentalismos carentes de referências ou razão de ser. Inúmeros sintomas que apontam para a saturação de um modelo; de uma estrutura que não dá mais conta de articular as necessidades e motivações do homem pós-moderno. Em última instância, o que se vê é uma crise paradigmática, da qual decorrem outras importantes questões.

Depois de 26 séculos sendo o postulado mais fundamental da filosofia ocidental, a perspectiva racional vinculada à verdade está enfraquecida e os sentidos assumem agora o protagonismo nas experiências do ser humano contemporâneo. Vemos cair por terra a teoria tradicional da comunicação de massa, que se reduz ao par emissor e receptor, de modo bidirecional e desconsidera toda a complexidade envolvida no ato de comunicar, representar e produzir sentido.

A representação em suas manifestações atuais já não carrega os aspectos do paradigma clássico, sugeridos por Platão. Representar não é apenas estabelecer ponte ou ligação entre o Inteligível e o Sensível. Não é somente puro intermédio. A representação não mais se pretende *mimesis* da realidade. Deixou de estar totalmente referenciada no real, que perdeu parte de seu sentido para o virtual.

A imagem não é apenas cópia imperfeita que imita a ideia perfeita. É muito mais. Produzida tecnicamente e reproduzida em um clique, parece existir por si só, autossuficiente. E se antes fora classificada como pura enganação sensível desvalorizada, emerge como o maior produto de comunicação, consumo e produção de sentido da contemporaneidade.

Como constatou Foucault ao analisar a Modernidade, as representações são, no fim das contas, *versões* e *modos de dizer* que revelam determinadas relações de discurso de poder. E, nesse sentido, não o deixaram de ser. Todavia o fazem a partir de uma outra conexão com a História.

No ato de representar, o homem contemporâneo passou a investir menos historicidade. Transformaram-se as relações com o tempo, com a memória e com a verdade. Facilitado pelos avanços tecnológicos, os sujeitos se expõem voluntariamente em cenas cotidianas na busca - muitas vezes inconsciente - pela visibilidade. Ganha valor o registro efêmero e banal, transformados em extraordinários a partir de ações apelativas que em alguns momentos ainda (co)movem o espectador. Os efeitos e a eficácia se tornam mais interessantes do que os fundamentos e as causas das coisas. Na lógica do consumo e da funcionalidade imediata, o “por quê?” é transfigurado em “para quê?”.

É para o fim de História que aponta Baudrillard e junto a ela, o fim do fundamento e da razão. Observamos a queda interminável no universo da auto referência e da simulação. A imagem então aparece como simulacro; um fim em si próprio. Não aponta para mais nada a não ser para si mesma. Parece então se encerrar aí, vazia e impotente. Mas não se acaba aí.

Insera-se no debate a esfera do *bios midiático*. Alteram-se de vez as relações mediadas e carregadas de virtualidade. A comunicação passa a ser investida de novos elementos, não mais fundamentados na razão. Estabelece-se por meio de experiências estéticas e estratégias sensíveis: é a produção dos afetos.

Nem opostos nem enganosos, os sentidos nunca deixaram de caminhar junto à razão. Sempre estiveram coexistentes à experiência estética. E se antes havia sido enxergado como ameaçador, enganoso e ilegítimo por Platão e pela filosofia clássica, o sensível alcança no contemporâneo, valorização extrema no sujeito pós-moderno que, sedento, deseja viver ao máximo as sensações.

Em um trecho, Sodré sintetiza o panorama que encontramos na ambiência do *bios midiático*, virtual e estético.

No lugar, portanto, de uma comunidade argumentativa e consensual, produtora de normas e sentido num contexto intersubjetivo e de livre discussão, emerge uma comunidade afetiva, de base estética, onde a paixão dos sujeitos mobiliza a discursividade das interações (SODRÉ, 2006, p. 66).

As imagens estão por toda parte. São engolidas e engolem os homens simultaneamente. No *Instagram*, fluem sem parar em constante movimento e descarte e são, a quase todo o tempo, (re)produzidas e (re)apresentadas, esvaziadas de novos sentidos. Isso porque o olhar está cansado e já não é mais capaz de acompanhar o ritmo hiperacelerado imprimido pela Era do visual.

De certo, encontramos-nos, sim, anestesiados, mas apenas parcialmente. Não estamos absolutamente amarrados na apatia do fluxo incessante de imagens e da hiperestimulação na esfera virtual. Ainda que inconstantes e fragmentadas, as chances ainda existem; resistem. Estão aí e, portanto não podem ser desconsideradas.

Mesmo fadigado, é através das imagens que o homem se desloca, se move e dá sentido ao mundo e a si próprio. É através do visual que se afeta e é ainda capaz de ser sujeito de suas ações num contexto de consumo, espetáculo e controle exacerbados pelo modelo capitalista que prevê subjetividades esquadrihadas, mapeadas e desengajadas.

Alertados por Foucault, devemos lembrar que junto ao poder que assumem as imagens, equivale a resistência que as mesmas potencializam sobre os sujeitos. E nessa perspectiva, a representação não só se mantém como ganha ainda mais relevância.

O universo virtual, alinhado à lógica das redes sociais, contribui diretamente para a mudança das relações entre os sujeitos. O ciberespaço deixa de ser apenas meio para se tornar também mensagem, parte constituinte do processo de produção de sentido. A partir da interatividade e do compartilhamento constitui-se uma rede na qual o sujeito é simultaneamente espectador, produtor e consumidor de imagens, informações e discursos. É capaz de interromper e alterar o fluxo das informações. É agente e não mais paciente no processo. Ganha poder, autonomia e voz. Está mais vivo do que nunca. Através do compartilhamento das experiências, o sujeito contemporâneo desenha para si mesmo uma nova forma de estar no mundo.

O *Instagram* institui novas formas de sociabilidade e aparece como alternativa. Um ambiente estésico e de *abertura*, potencializador de novas alternativas, novas vozes, novos discursos e novas formas de colocação no mundo.

Afinal de contas, é essencialmente virtual e, portanto possibilidade infinita; constitui-se de imagens, apresenta identidades, e permite que sejamos produtores, consumidores e espectadores uns dos outros; fortalece o compartilhamento de experiências e sensações, criando entre os sujeitos não apenas uma rede de informação, mas uma rede afetiva.

A essa altura, um rápido comentário quanto à perspectiva pós-moderna sugerida por Baudrillard. Deve ficar registrado que seus apontamentos são extremamente pertinentes. Contudo, sejamos cautelosos. Sua perspectiva torna-se perigosa em dois sentidos: (1) é exageradamente pessimista e, ainda mais grave, (2) não propõe alternativas. Desconsidera os fundamentos e anula qualquer proposição - necessariamente calcada na lógica da causa e da razão. Sua conclusão resignada é simplesmente a de que a história acabou. O ser humano, enfim se cansou, estagnou-se e não tem mais porquê.

Sejamos combativos a tal pensamento! Firmados em nossa mais profunda humanidade, devemos assumir a responsabilidade de pensar novos sentidos, ressignificar e reapresentar o mundo a nossa volta. Sustentados no afeto e na posição de produtores e agentes, assumamos o compromisso ético para com nós mesmos. O cansaço e o desinteresse pela representação estariam contrariando a própria natureza do homem, forjada em suas insatisfações, curiosidades e desejo de renovação. Sejamos curiosos, vigorosos e atentos.

Em tempo, salientamos que apesar do esforço investido na pesquisa, não se pretende, de modo algum, encerrar a discussão aqui. As páginas anteriores são, na verdade, um esforço inicial de jogar luz e fornecer mínimo arcabouço teórico para fomentar o debate que envolve a relação entre as experiências estéticas de representação e a produção de sentido e subjetividade no contemporâneo.

Imbuídos de curiosidades e inquietações, não nos damos por satisfeitos. Ao invés de um encerramento definitivo, entendemos o fim da presente pesquisa como pausa temporária. Breve interrupção a ser retomada futuramente com maior profundidade e amplitude em um eventual projeto de pesquisa em nível de mestrado.

Enfim, no contemporâneo, a representação não chega a ser totalmente substituída ou anulada pela simulação, mas sem dúvidas perde espaço. Como supõe Baudrillard, adentramos a esfera das simulações, no entanto, diferentemente do que também prevê o filósofo, o ato de representar ainda se mantém em contato com a realidade. A imagem perdeu, sim, sua potência, mas ainda hoje atua como mediadora das relações.

No fim das contas, a representação mantém sua razão de ser que é produzir sentido sendo constantemente transformada. Entre variações e novas construções operadas pelo homem, permaneceu constante a necessidade de produzir sentido, tanto de si quanto do mundo a sua volta: a necessidade de representar.

Na crise, parece possível fracassar ou prosperar igualmente. Essa é, em última instância, uma questão ética e, portanto, de escolha: pode-se assumi-la ou não; nós assumimos. Eis então reafirmado um dos objetivos do trabalho: enfraquecer maniqueísmos e polarizações superficiais e empobrecidas e por isso perigosas.

As virtualidades próprias de nossos tempos podem ser tomadas sob novos olhares, não associadas ao fim da História, destruidoras das referências. Devemos atentar para o virtual quanto à sua natureza potencial, inventiva; sua capacidade de transformação em infinitas possibilidades. A História ainda não acabou e a crise da representação é sintoma evidente de que algo está por vir. Pressupõe simultaneamente risco e oportunidade, faz ascender novas perspectivas. Estimula a História mesma e os próximos passos. E no meio do panorama acelerado e fragmentado da contemporaneidade, se mantêm firmes a resistência e a sensibilidade humana na criação de novas alternativas para produzir sentido. Novas vozes e discursos na escrita de novas páginas da história humana, que de certo continuará a ser contada.

6. Referências Bibliográficas

AMARAL, Marcio Tavares. **Assassinos do Sol**: Uma história dos paradigmas filosóficos. Vol.1 - Patrística Séculos I a VIII. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

_____. **Sobre tempos e história**: o paradoxo pós-moderno. In: Pensamento no Brasil - Emmanuel Carneiro Leão. 1 ed. Rio de Janeiro: Hexis - Fundação Biblioteca Nacional, 2010, v.1, p. 351-369.

BAITELLO, Norval. **A Era da Iconofagia**: reflexões sobre a imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulus, 2014.

BARROS, L. M. **Experiência estética**: comunicação sem anestesia. XXV Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal de Goiás. Goiânia, jan/2017.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Relógio d'Água, 1991, p.7-58

BAUMAN - **Vida para Consumo**. São Paulo: Zahar, 2008.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica**. In: Obras Escolhidas – Vol. I: Magia e Técnica, Arte e Política. São Paulo: Brasiliense, 2012.

BRASIL, André. **Entre ver e não ver: o gesto do prestidigitador**. In.: GUIMARÃES, César., LEAL, Bruno Souza., MENDONÇA, Carlos Camargos. Comunicação e experiência estética. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

CARDOSO, Marcelo. Muniz Sodré: **Comunicação, afeto e razão**. In: Revista Alterjor, ano 01, volume 02, edição 02, São Paulo, dezembro/2010.

CASTRO, Gisela G. S, ROCHA, Rose de M. **Cultura da mídia, Cultura do Consumo**: Imagem e espetáculo no discurso pós-moderno. In: Logos 30: Tecnologias de Comunicação e Subjetividade, São Paulo, 16: 2009.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

CIMINO, Laura Fernanda. **As estratégias sensíveis da comunicação bios midiática**. In: Semeiosis: Semiótica e transdisciplinaridade em revista, São Paulo, dezembro/2011.

COELHO, Kamilla. **A representação e o real em Michel Foucault**. In: RevLet - Revista Virtual de Letras, Jataí, ed 3: 2011.

DELEUZE, Gilles. **Post-Scriptum**. Sobre as sociedades de controle. In: Conversações. São Paulo: Editora 34, 1992.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Sinergia, 2009.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. São Paulo: Graal, 2012

_____. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2009.

_____. **As Palavras e as Coisas**. Uma arqueologia das ciências humanas. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

GAGNEBIN, Jeanne-Marie. **Do conceito de mimesis no pensamento de Adorno e Benjamin**. In: Perspectivas, São Paulo, 16: 67-86, 1993

GALEANO, Eduardo. **As veias abertas da América Latina**. Porto Alegre, RS: L&PM, 2016.

GAMBARO, Daniel. Bourdieu, Baudrillard e Bauman: **O Consumo Como Estratégia de Distinção**. In: Revista Novos Olhares, Vol.1, São Paulo, ed 1, 2012. (p. 19-26)

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005. (p. 7-46)

HALL, Stuart. **Cultura e representação**, 1. ed. Rio de Janeiro: Apicuri, 2016.

HUHNE, Leda Miranda. **Curso de estética**. Rio de Janeiro: UAPÊ, 2006.

JUNIOR, Deusdedith. **O território do cotidiano**. Revista PADÊ: estudos em filosofia, raça, gênero e direitos humanos. Brasília, UniCEUB, FACJS, Vol.1, n.1, 2006.

JUSTEN, J. **Concreto Vivo: o direito à cidade em perspectiva**. V Congresso Internacional de Cidades Criativas. Porto: Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória (CITCEM). Universidade do Porto, jan/2017.

_____. **Os poemas-vida dos estranhos da cidade**. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Cultura. Curso de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2016.

KELLNER, Douglas. **Cultura da mídia e triunfo do espetáculo**. In: MORAES, Denis de. Sociedade Midiatizada. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006, p. 119-147

PLATÃO. **A República**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1949, p. 315-359.

PLATÃO. Górgias. In: PLATÃO. **Diálogos**: Protágoras - Górgias - Fédon. Belém: EDUFPA, 2002, p.128-245.

PINTO, Luciano Rocha. **A história como jogo**: contribuições de Michel Foucault para o ensino da História. In: História & Ensino, Londrina, 17: p.149-165, 2011

RECUERO, Raquel. **A rede é a mensagem:** Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social. In: Eduardo Vizer. (Org.). *Lo que Mcluhan no previó*. Buenos Aires: Editorial La Crujía, 2012, v. 1, p. 205-223.

SIBILIA, Paula. **O show do eu:** a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis:** afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.

_____. **Muniz Sodré: A forma de vida da mídia.** In: Revista Pesquisa Fapesp, São Paulo, Ed. 78, 2002. Entrevista concedida a Mariluce Moura, publicada em Agosto/2002. Disponível em: <http://revistapesquisa.fapesp.br/2002/08/01/a-forma-de-vida-da-midia/>. Acesso em: 23 de mai de 2017.

SOUZA, Josenilde S, AIRES, Aliana B. **Produção de subjetividades e autogestão de si em imagens do look do dia na webesfera.** In: GP Comunicação, Imagem e Imaginários do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo, ECA-USP, 2016.

TOALDO, Mariângela Machado. **Sob o signo do consumo:** status, necessidades e estilos. In: Revista Famecos, Porto Alegre, 7: p.89-97, 1997.

Web sites

Biografia de Gabriela Pugliesi. Disponível em:

<<http://arevistadamulher.com.br/biografia/content/2268614-gabriela-pugliesi>> Acesso em: 28 de maio de 2017.

Descubra quais foram as celebridades mais seguidas no Instagram em 2016. Disponível em: <<http://revistaglamour.globo.com/Celebridades/noticia/2016/12/descubra-quais-foram-celebridades-mais-seguidas-no-instagram-em-2016.html>> Acesso em: 03 de jun de 2017.

Instagram. **Perfil de Gabriela Pugliesi.** Disponível em:

<<https://www.instagram.com/gabrielapugliesi/>> Acesso em 12 de jun de 2017

Instagram. **Perfil de Jade Seba.** Disponível em: <<https://www.instagram.com/jadeseba/>> Acesso em 12 de jun 2017

Instagram. **Perfil de Laura Meirelles.** Disponível em:

<<https://www.instagram.com/leturr/?hl=pt-br>> Acesso em 16 de jun de 2017

Site Oficial. **Gabriela Pugliesi.** Disponível em: <<https://gabrielapugliesi.com/sobre/>> Acesso em 16 de mai de 2017.